

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**



DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

TESIS:

**EL CAPITAL HUMANO EN LAS MICRO, MEDIANAS Y
PEQUEÑAS EMPRESAS QUE REALIZAN COMERCIO
ELECTRÓNICO EN LA CIUDAD DE MORELIA,
MICHOACÁN, MÉXICO: UNA PERSPECTIVA DESDE
EL DESARROLLO LOCAL**

**PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL**

PRESENTA: M.A. MIGUEL GARCÍA GONZÁLEZ

DIRECTOR DE TESIS: DR. RUBÉN CHÁVEZ RIVERA

MORELIA, MICHOACÁN, MÉXICO, JUNIO DE 2019

ÍNDICE

LISTA DE TABLAS	IV
LISTA DE ILUSTRACIONES	IV
INDICE DE ABREVIATURAS	VI
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	5
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Antecedentes	5
1.2.1 Contexto internacional	6
1.2.2 Contexto nacional	9
1.2.3 Contexto estatal	11
1.2.4 Contexto local	14
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1 Objetivo general.....	15
2.2 Objetivos específicos	15
3. JUSTIFICACIÓN	16
3.1 Conveniencia.....	16
3.2 Relevancia social	17
3.3 Implicaciones prácticas.....	18
3.4 Valor teórico.....	20
4. UNIVERSO Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN	21
5. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
6. TIPO DE INVESTIGACIÓN	22
PARTE II. MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO	24
CAPÍTULO I. GEOGRAFÍA Y DESARROLLO LOCAL	24
1.1 Relación de la geografía y el desarrollo local	24
1.2 Regionalización del estado de Michoacán.....	24
1.3 Las MIPYMES en Michoacán.....	25
1.4 Descripción del municipio de Morelia.....	31
1.4.1 Breve historia de la Ciudad de Morelia	31
1.4.2 Medio físico de la Ciudad de Morelia	33
1.4.3 Descripción de la actividad económica de Morelia	34
CAPITULO II. EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL, LAS MIPYMES Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	42
2.1 DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	42
2.1.1 Modelo de crecimiento hacia adentro	44
2.1.2 Modelo de crecimiento hacia afuera	44
2.1.3 Modelo de crecimiento desde dentro	46
2.2. PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO SOCIAL.....	47
2.2.1 Conceptos y Modelos de Desarrollo	47
2.2.2 Desarrollo Regional	48
2.2.3 Relación entre espacio, región y territorio	49
2.2.4 Desarrollo Endógeno	51
2.2.5 Desarrollo Humano	52
2.2.6 Relación entre Desarrollo Local y Desarrollo Regional	52
2.2.7 Críticas a la idea del desarrollo.....	53
2.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES	54
2.3.1 Conceptos y tipos de empresas.....	54
2.3.2 Importancia de las MIPYMES en México.....	55
2.3.3 Las MIPYMES en el desarrollo local.....	58
2.4 EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DESARROLLO LOCAL.....	60
2.4.1 Historia del comercio electrónico	60

2.4.2 Comercio Electrónico en México	61
2.4.3 El concepto de comercio electrónico	64
2.4.4 Características del comercio electrónico	65
2.4.5 La relación del comercio electrónico con el comercio tradicional	70
2.4.6 El comercio electrónico en relación al comercio internacional	71
2.4.7 El comercio electrónico en la globalización	72
2.4.8 La importancia del comercio electrónico.....	72
2.4.9 Importancia de las TIC's en el desarrollo.....	73
2.4.10 El comercio electrónico en el desarrollo local.....	75
CAPÍTULO III. EL DESARROLLO LOCAL: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA	79
3.1 TEORÍAS Y CONCEPTOS DEL DESARROLLO LOCAL	79
3.1.1 Precursores del desarrollo local.....	80
3.1.2 Desarrollo local y globalización.....	81
3.1.3 Desarrollo Local en América Latina	84
3.1.4 Desarrollo Local en México.....	86
3.1.5 Concepto del Desarrollo Local.....	88
3.1.6 Objetivos del Desarrollo Local	91
3.1.7 Recursos del desarrollo local.....	101
3.1.8 Dimensiones del desarrollo local	102
3.2 TEORÍA DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.....	102
3.2.1 Dimensiones de la economía del conocimiento.....	107
3.2.2 El CH en la teoría de la economía del conocimiento	109
3.3 TEORÍAS DEL CAPITAL HUMANO.....	113
3.3.1 Concepto de Capital Humano.....	114
3.3.2 Importancia del Capital Humano.....	118
PARTE III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	120
CAPITULO IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	120
4.1 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	120
4.1.1 Hipótesis general	120
4.1.2 Hipótesis específicas	120
4.2 DEFINICIÓN CONCEPTUAL	120
4.3 VARIABLES E INDICADORES.....	121
4.3.1 Importancia de los indicadores.....	123
4.3.2 Modelos y propuestas de indicadores de medición de las TIC's.....	124
4.2.3 Modelos y propuestas de variables para medir el desarrollo local.....	128
4.2.5 Indicadores para medir el CH.....	130
4.4 DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	133
CAPITULO V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	137
5.1 Análisis de las variables.....	138
5.1.1 Coeficiente de correlación de Pearson.....	140
5.1.2 Análisis descriptivo de la variable Comercio electrónico	141
5.1.2 Análisis descriptivo de la variable capital humano	148
5.2. Análisis correlacional y pruebas de hipótesis.....	158
CONCLUSIONES.....	164
RECOMENDACIONES FINALES.....	170
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN	177
Apéndice .1 Matriz de congruencia	184
Apéndice 2. Cuestionario para recopilación de la información.....	185
Apéndice 3. Tabla de códigos.....	186
Apéndice 4. Tabla de ponderaciones.....	189
Apéndice 5. Tablas y Gráficas de Frecuencias por pregunta.....	189

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Relación de Unidades Económicas 2004-2015	26
Tabla 2 Estadísticas de Empresas por Ámbito por Estado	27
Tabla 3 Unidades económicas en Michoacán 2014.....	28
Tabla 4 Principales actividades económicas del estado de Michoacán de Ocampo según Ingresos ..	29
Tabla 5 Unidades económicas, personal ocupado y remuneraciones en el municipio de Morelia	36
Tabla 6 Definiciones de las empresas	55
Tabla 7 Estratificación por Número de Trabajadores.....	56
Tabla 8 Uso mundial del internet.....	72
Tabla 9 Características del desarrollo local	89
Tabla 10 Conceptualización del CH.....	115
Tabla 11 Definición conceptual	120
Tabla 12 Relación de las variable de investigación	122
Tabla 13 Metodologías para medir las TIC´s	124
Tabla 14 Distribución de variables/indicadores en algunos sistemas de evaluación de la sociedad de la información.....	125
Tabla 15 Indicadores del comercio electrónico	126
Tabla 16 Variables del desarrollo local	129
Tabla 17 Indicadores para medir el CH.....	131
Tabla 18 Identificación de variables, dimensiones e indicadores	134
Tabla 19 Descripción del diseño estadístico	135
Tabla 20 Población de Investigación.....	135
Tabla 21 Cálculo del tamaño de muestra en poblaciones infinitas	136
Tabla 22 Fiabilidad con alfa de Crombach.....	138
Tabla 23 Correlación comercio electrónico y capital humano formal.....	158
Tabla 24 Correlación comercio electrónico y capital humano informal	159
Tabla 25 Correlación comercio electrónico y Capital Humano de Experiencia.....	160
Tabla 26 Correlación comercio electrónico y capital humano innato	161
Tabla 27 Correlación comercio electrónico y capital humano	162
Tabla 28 Matriz de Congruencia	184

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Establecimientos por sector en Michoacán	12
Ilustración 2 Tamaño de empresas, según número de empleados, Michoacán	13
Ilustración 3 Unidades económicas y personal ocupado total	29
Ilustración 4 Personal ocupado total según sexo por actividad económica, 2013	30
Ilustración 5 Uso de equipo de cómputo según tamaño de los establecimientos, 2013.....	31
Ilustración 6 Ubicación de la ciudad de Morelia	34
Ilustración 7 Población y vivienda del municipio de Morelia	35
Ilustración 8 Pirámide poblacional del municipio de Morelia.....	36
Ilustración 9 Tecnologías de la Información en el municipio de Morelia	37
Ilustración 10 Evolución de usuarios de internet en México 2006-2014	61
Ilustración 11 Penetración internautas población de 6 o más años 2006-2014.....	62
Ilustración 12 Dispositivos de conexión en México	63
Ilustración 13 Estimado del \$ Gastado en Dispositivos Móviles (en Millones) – Junio 2014	64
Ilustración 14 Categorías del comercio electrónico.....	66
Ilustración 15 Razones para comprar en línea en México	67
Ilustración 16 Desventajas y retos del comercio electrónico.....	69
Ilustración 17 Concepto de CH	117
Ilustración 18 Explicación de la relación de variables	130
Ilustración 19 Gráfica del sector de la empresa	142
Ilustración 20 Tamaño de la empresa	143
Ilustración 21 Infraestructura de equipo de cómputo y redes	143

Ilustración 22 Servicios de internet apropiados.....	144
Ilustración 23 Empleados con formación en TIC´s.....	144
Ilustración 24 Capacidad para hacer comercio electrónico.....	145
Ilustración 25 TIC's Administrativas	145
Ilustración 26 TIC's para producción, oferta e I+D	146
Ilustración 27 TIC's manejo de mercados	146
Ilustración 28 Correo y comunicación	147
Ilustración 29 Compras y ventas en internet.....	147
Ilustración 30 Seguridad Informática.....	148
Ilustración 31 Calidad de la educación.....	149
Ilustración 32 Nivel de estudios.....	149
Ilustración 33 Autoaprendizaje	150
Ilustración 34 Capacitación y educación continua	150
Ilustración 35 Cultura de equidad de género	151
Ilustración 36 Promoción de la creatividad.....	151
Ilustración 37 Satisfacción laboral	152
Ilustración 38 Educación familiar.....	152
Ilustración 39 Años de experiencia	153
Ilustración 40 Habilidad para el trabajo	153
Ilustración 41 Ingresos de acuerdo a nivel de escolaridad	154
Ilustración 42 Motivación para carrera profesional.....	154
Ilustración 43 Permanencia en la empresa	155
Ilustración 44 Acceso a servicios de salud.....	156
Ilustración 45 Hábitos de salud, alimentación y deporte	156
Ilustración 46 Calidad de servicios de salud	157
Ilustración 47 Seguridad en el lugar de trabajo	157
Ilustración 48 Medio ambiente sano.....	158
Ilustración 49 Gráfica de correlación Comercio electrónico y capital humano formal.....	159
Ilustración 50 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano informal.....	160
Ilustración 51 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano de experiencia	161
Ilustración 52 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano innato	162
Ilustración 53 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano.....	163

INDICE DE ABREVIATURAS

AMIPCI	Asociación Mexicana de Internet
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BM	Banco Mundial
CH	Capital Humano
CE	Comercio Electrónico
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
CGV	Cadenas Globales de Valor
CRV	Cadenas Regionales de Valor
DOF	Diario Oficial de la Federación
EE.UU.	Estados Unidos
ENOE	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
ENTIC	Encuesta sobre Tecnologías de la Información y Comunicación
FCCyT	Foro Consultivo Científico y Tecnológico
FUCIDIM	Fundación Ciudadana para el Desarrollo Integral de Michoacán A.C.
IFETEL	Instituto Federal de Telecomunicaciones
ILPES	Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social
INADEM	Instituto Nacional del Emprendedor
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ITESM	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
LEADER	<i>Liasions Entre Actions de Développément de l'Economie Rural</i>
LEDA	<i>Local Economic Development Action</i>
MIPYMES	Micro, pequeñas y medianas empresas
OCDE	<i>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos</i>
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PBT	Producción Bruta Total
PEA	Población Económicamente Activa
PIB	Producto Interno Bruto
PLANMUDE	Plan Municipal de Desarrollo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PRODER	Programas Regionales de Desarrollo Rural
PROSOFT	Programa para el Desarrollo de la industria del <i>Software</i>
PYME	Pequeñas y Medianas Empresas
SE	Secretaría de Economía
SELA	Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe
SGM	Segunda Guerra Mundial
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SIEM	Sistema Empresarial Mexicano

SNIM	Sistema Nacional de Información Municipal
TI	Tecnología e Información
TIC's	Tecnologías de la Información y Comunicación
UMSNH	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
UE	Unión Europea

RESUMEN

La presente investigación tuvo la finalidad de analizar el capital humano en las micro, medianas y pequeñas empresas que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México desde una perspectiva desde el desarrollo local. En este sentido en la hipótesis general de investigación se planteó que hay relación entre el capital humano y el comercio electrónico que hacen los empresarios de las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

El estudio empezó por describir el contexto de la problemática de las tecnologías de la comunicación e información y los problemas en la adquisición, aprovechamiento y preservación del capital humano, desde los contextos internacionales, nacionales, estatales y locales. Se procedió enseguida a proponer los objetivos, justificación, universo y muestra, viabilidad y tipo de investigación para dar fundamento a la misma.

El trabajo de campo se realizó mediante la recolección de información por medio de un cuestionario diseñado para tal efecto. El análisis estadístico se realizó apoyándose en la distribución de frecuencias, el coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de determinación.

Los resultados obtenidos indican que de manera general la situación del capital humano en relación al comercio electrónico que realizan las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México, es con tendencia positiva pero débil. Por lo que se han hecho algunas recomendaciones para incrementar los índices de la relación, ya que las variables estudiadas son propuestas en diferentes países y por múltiples instituciones para impulsar el desarrollo local, que se manifiesta en la calidad de vida de los individuos de una sociedad.

Palabras clave: Economía del conocimiento, Tecnologías de la Información y Comunicación, Desarrollo, Comercio, Empresa

ABSTRACT

The present investigation had the purpose of analyzing the human capital in the micro, medium and small companies that carry out electronic commerce in the city of Morelia, Michoacán, Mexico from a local development perspective. In this sense, in the general hypothesis of research, it was suggested that there is a relationship between the human capital and the electronic commerce made by the entrepreneurs of MSMEs in the city of Morelia, Michoacán, Mexico.

The study began by describing the context of the problem of communication and information technologies and the problems in the acquisition, use and preservation of human capital, from international, national, state and local contexts. We proceeded immediately to propose the objectives, justification, universe and sample, feasibility and type of investigation to give foundation to it.

The field work was done by collecting information through a questionnaire designed for that purpose. The statistical analysis was carried out based on the frequency distribution, the Pearson correlation coefficient and the coefficient of determination.

The results obtained indicate that, in general, the situation of human capital in relation to electronic commerce carried out by MIPYMES in the city of Morelia, Michoacán, Mexico, is positive but weak. So there are some recommendations to increase the indexes of the relationship, since these variables studied are proposed in different countries and by multiple institutions to promote local development, which is manifested in the quality of life of individuals in a society.

INTRODUCCIÓN

Con el interés de contribuir a esclarecer la situación del desarrollo local de la sociedad de Morelia, Michoacán, México en particular del aprovechamiento del capital humano (CH), se ha realizado esta investigación, teniendo en cuenta que el desarrollo ha sido un tema preferentemente analizado desde la óptica de la ciencia económica, siendo concebido como sinónimo de crecimiento económico. Sin embargo, el desarrollo es un proceso complejo que comprende elementos biológicos, económicos, políticos y culturales que deben analizarse desde una perspectiva sistémica.

En la investigación se ha propuesto llevar a cabo un análisis de la correlación que existe entre una de la principales variables que integran el estudio del desarrollo local, esta variable es el CH y se describe en su relación con el comercio electrónico (CE) que realizan micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en la ciudad de Morelia, Michoacán.

Se ha dirigido el esfuerzo de análisis hacia el CH desde una perspectiva de desarrollo local, ya que en esta visión las propuestas teóricas han tenido una importante renovación en sus enfoques analíticos a lo largo de las últimas décadas. De modo que se ha descartado algunas de las anteriores explicaciones referidas al desarrollo económico regional y se opta por un desarrollo holístico del ser humano, realizando una interpretación que pone al hombre en el centro del desarrollo ya que las transformaciones y cambios de la economía y la sociedad se producen gracias a sus capacidades, y específicamente gracias a las capacidades creativa y emprendedora, además, el desarrollo cobra sentido cuando el hombre es su beneficiario. Esto permite tratar la cuestión de la pobreza de una forma más eficaz, ya que a pesar de que los recursos económicos sean reducidos, las capacidades humanas se pueden utilizar y desarrollar con lo que se mejoraría el bienestar de la población.

En la investigación se han estudiado a las MIPYMES como entidades propias para el desarrollo local y el aprovechamiento y generación del CH, ya que se considera que una cuestión crucial para impulsar el desarrollo económico local es la construcción de una oferta territorial apropiada de servicios de desarrollo empresarial para MIPYMES: entre otros, servicios de información tecnológica y de mercados, de innovación de productos y procesos productivos, de capacitación técnica y gestión empresarial, de cooperación entre empresas, de comercialización y control de calidad.

Las empresas analizadas han sido aquellas que realizan comercio electrónico, entendiendo este como la compra-venta de productos y servicios a través de sistemas electrónicos, principalmente Internet y más ampliamente se define así a toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales (Gariboldi, 1999).

En la nueva economía del conocimiento, son importantes el uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), para realizar actividades que dan competitividad a la empresas en un ambiente global, actividades como el comercio CE. Ya que el desarrollo de nuevas tecnologías, la liberalización del mercado de las telecomunicaciones y las grandes inversiones realizadas en este sector, han permitido que la capacidad y el volumen de las comunicaciones se expandan de una manera revolucionaria. Gracias a la disponibilidad de recursos y la capacidad única de interacción, el mundo actualmente es un todo integrado. Para un mercado sin límites y que se extiende a todos los rincones del planeta, una nueva modalidad de comercio se presenta bajo el concepto de CE, que hace virtualmente posible superar las barreras del tiempo y del espacio (Naumann, 2005).

En este trabajo se hará mención de las categorías, tipos y conceptos relacionados con el comercio electrónico, y la vinculación de éste con el comercio tradicional y el comercio internacional, así también se mencionan la importancia de las

TIC's que son el escenario para el desarrollo de esta actividad, y se analizan la posibilidad de relaciones de estas TIC's en general y el comercio electrónico en particular desde la perspectiva del desarrollo local.

Es conveniente considerar que esta investigación relaciona dos variables principales como son el CH y el CE en las MIPYMES, la perspectiva para el análisis está definida por el enfoque del desarrollo local. Pues el marco amplio en el cual se busca analizar al CH, es como una variable fundamental e indispensable para promover el desarrollo local que se manifiesta en la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

En el trabajo se busca manifestar la importancia del CH, cuyo desarrollo es indispensable para llevar a cabo el desarrollo local, que comprenda todas las cualidades y capacidades humanas de manera holística; y sabiendo que es el CH el que puede hacer posibles los demás objetivos del desarrollo, como son la inclusión social, o bien el cuidado del medio ambiente, o de igual manera el CH es lo que puede crear las instituciones que regulen este desarrollo, o la vinculación con otras entidades como gobiernos, centros de investigación o empresas. En este caso se analiza la importancia del CH para la implementación de la alta tecnología en las MIPYMES, teniendo como escenario el fenómeno del comercio electrónico que requiere un conocimiento adecuado para el uso de las TIC's.

La investigación se encuentra estructurada en el orden que se describe a continuación:

Tiene tres partes, de las cuales la primera contiene la descripción general del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, el universo de investigación, la viabilidad de la investigación y el tipo de investigación.

La segunda parte contiene tres capítulos donde se desarrollan un marco referencial y teórico. El primer capítulo contiene un marco de referencia que se enfoca en estudiar

la relación de la geografía y el desarrollo local, la regionalización del estado de Michoacán, las MIPYMES en Michoacán y la descripción del municipio de Morelia.

En el segundo capítulo se describe el contexto del desarrollo local, de las MIPYMES y el CH; cuenta con un análisis del desarrollo y crecimiento económico, las propuestas para el desarrollo social, la caracterización de las MIPYMES y el CE en el desarrollo local.

En el tercer capítulo se aborda el análisis de las teorías en que se sustenta la investigación. Se exponen las teorías y conceptos del desarrollo local, la teoría de la economía del conocimiento y las teorías del CH.

La tercera parte contiene los capítulos cuarto y quinto donde se propone el diseño de la investigación y análisis e interpretación de datos. En el capítulo cuarto expone el diseño de la investigación con las hipótesis de investigación, la definición conceptual, las variables y indicadores del estudio, y el diseño del instrumento para la recolección de datos.

Por último en el capítulo quinto se presenta el análisis e interpretación de resultados, haciendo un análisis descriptivo de las variables CE y CH, un análisis correlacional y una prueba de las hipótesis. Se presentan una serie de conclusiones y consideraciones finales.

PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. Descripción del problema

1.1 Planteamiento del problema

Se desconoce la relación que existe entre el CE que llevan a cabo las MIPYMES en la ciudad de Morelia, Michoacán y CH¹.

1.2 Antecedentes

Uno de los principales fenómenos que indican el desarrollo de una localidad es la calidad del empleo; según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2015), Michoacán se ubicó en la quinta posición nacional en tasa de desocupación laboral a nivel nacional durante febrero de 2015, al disminuir en 0.4 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2014 su índice de desempleo, del 3.4 al tres por ciento, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del (INEGI). La variación en el índice de desocupación laboral representó, en comparación con el mes inmediato anterior, una reducción en 0.18 puntos porcentuales, del 3.18 por ciento registrado en enero de este año.

De igual manera en el estado se ha incrementado el número de inscritos en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), además de estar por encima de la media nacional del crecimiento de empleo. Sin embargo el punto débil del empleo en el estado de Michoacán, según la información del INEGI (2015), en datos estadísticos de los últimos 10 años, está dado por una informalidad que ha representado más del 70% de la población ocupada.

Aunque las estadísticas indican que el desempleo no es un grave problema porque la población está ocupada, la informalidad es muy elevada, se requiere cambiar

¹ La OCDE define el CH como los conocimientos, habilidades, competencias y atributos incorporados en los individuos y que facilitan la creación de bienestar personal, social y económico (Keeley, 2007).

esta condición de informalidad, y es así que la pretensión de este proyecto es hacer un análisis de la relación del CH con las posibilidades que brinda el comercio electrónico, para habilitar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de la ciudad de Morelia, Michoacán, México para que puedan emprender negocios virtuales, con las bondades del bajo costo, el bajo riesgo de la inversión, y el desarrollo de capacidades y habilidades de sus trabajadores para incorporarse en la economía del conocimiento. Negocios virtuales que provoquen a la postre el crecimiento de éstos en empresas competitivas, que pueden ser motor que empuje el desarrollo local por medio de la generación del desarrollo de conocimiento y habilidades, el cuidado del medio ambiente, el desarrollo de capacidades para el manejo de este tipo de empresas y la inclusión social.

A continuación se presenta una descripción del estado de los factores, que tienen relación con las TIC's y más concretamente del tema del comercio electrónico que impactan en el desarrollo local; haciendo un análisis desde el ámbito internacional hasta el local.

1.2.1 Contexto internacional

El surgimiento de la llamada economía del conocimiento ha provocado que en las economías desarrolladas, el valor del conocimiento y la información en todas sus formas se esté volviendo cada vez más importante, y la rápida difusión de la tecnología de la información de alta velocidad está facilitando esta tendencia. El resultado final es que el cerebro, y no el músculo, es cada vez más valioso, lo que contribuye a ampliar la brecha de ingresos entre los que tienen altos niveles de educación y los que no (Keeley, 2007).

Las redes mundiales de información están transformando la sociedad global y acercando más a la gente a través de la innovación de las comunicaciones, lo cual posibilita cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo la competitividad, el empleo y la calidad de vida de las naciones. Con las nuevas

tecnologías, el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos, los contenidos pueden dirigirse a una audiencia masiva o a un pequeño grupo de expertos y buscar un alcance mundial o local. Las redes mundiales de información, como Internet no conocen fronteras (Nicoleta, 2006).

Pero en muchos países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), preocupa mucho el surgimiento de grupos sociales marginados; comunidades que por carecer de vínculos con la parte dominante de la sociedad y tener apenas niveles relativamente bajos de educación, no son capaces de participar por completo en las economías global y del conocimiento (Keeley, 2007).

Internet es un medio de comunicación global, que permite el intercambio de información entre los usuarios conectados a la red y que conecta a unos 8 millones de servidores encargados de servicios de información y de todas las operaciones de comunicación y de retransmisión; llega hasta unos 250 millones de usuarios en más de 100 países. Internet ofrece una oportunidad única, especial y decisiva a organizaciones de cualquier tamaño, pudiendo desarrollar totalmente su actividad empresarial en línea (Nicoleta, 2006).

Además como señala Mattos (2007), existe un amplio acuerdo sobre la enorme importancia que tienen las MIPYMES para mejorar los niveles de empleo, fomentar la innovación y crear ventajas competitivas en nuevas actividades de producción o áreas de servicio. Y también debe considerarse que el comercio sin soporte de papel representa una gran oportunidad para enriquecer la productividad, la eficacia y la competitividad en todos los niveles del desarrollo. Pero es aquí donde surge la pregunta, ¿qué hacen las MIPYMES para explotar estas riquezas de la comunicación actual, estimular el aprovechamiento y desarrollo del CH, que genere habilidades empresariales y que detone el desarrollo local en la ciudad de Morelia, Michoacán, México?

La aparición del comercio electrónico obliga claramente a replantearse muchas de las cuestiones del comercio tradicional, surgiendo nuevos problemas, e incluso agudizando algunos de los ya existentes.

El desarrollo de tecnologías y redes digitales al mismo tiempo puede aumentar las desigualdades sociales e incluso la concentración económica. El desafío que se presenta, no es solamente tecnológico sino que trata de avanzar hacia una estrategia de desarrollo económico y social con igualdad. En países desarrollados en dos décadas, la revolución digital ha generado cambios positivos en la productividad de sus economías, la eficiencia y la cobertura de servicios y en la organización social. En América Latina y el Caribe, aunque se ha difundido la tecnología, hasta ahora no ha tenido un impacto significativo en la productividad y la inclusión social (Cimoli M. e., 2010)

Este proyecto se plantea un análisis que determine si en la situación local de la ciudad de Morelia, Michoacán, como consecuencia de la conjugación de MIPYMES y comercio electrónico, existe una ventana de oportunidad para impulsar las empresas que ayuden a reducir con ello la desigualdad en las oportunidades, promover el incremento del CH y así contribuir al desarrollo local.

Se pretende indicar si aún y con todas las dificultades del comercio electrónico y las empresas virtuales, siguen siendo una alternativa, con expectativas en el futuro, y que si se conocen, se planean, se estimulan y se llevan a cabo, pueden aprovechar las capacidades y habilidades del CH y generar fuentes de empleo, acarreado para la ciudad todos los beneficios de unas empresas de bajo costo, con riesgos controlados y con sustentabilidad, para estimular con todo ello el bienestar social²

² El bienestar ha sido, es y será un concepto en discusión. Es una construcción social sobre que es una buena vida o una vida deseable, la cual difiere entre culturas. En la tradición occidental, se han invocado distintas nociones para especificar el significado del bienestar: felicidad, cumplimiento de los deseos, preferencias, satisfacción de necesidades, desarrollo de capacidades, mantención de un funcionamiento normal, vivir una vida apropiada a la naturaleza humana, y el logro de la calidad de vida entre otros (Sumner, 1995).

basado en la productividad real a favor de toda la población y no solo para unos cuantos.

1.2.2 Contexto nacional

Se puede decir que América Latina es la región donde el número de usuarios de Internet creció más rápidamente en 2009-2010 (23%), llegando a representar el 8% de los usuarios del mundo. Brasil, México y la Argentina tenían 34, 15 y 12 millones de usuarios, respectivamente. Entre los principales usos de Internet destaca, además de las búsquedas y la navegación, la elevada utilización de las redes sociales (más del 80% de los usuarios), lo que facilita la diseminación de otras tecnologías asociadas. Hay un uso creciente de los sitios de comercio electrónico (más del 60% de los usuarios), aunque las aplicaciones correspondientes están todavía en una fase incipiente. Otro rasgo de la región es el sostenido aumento del gasto en TIC's en la última década, que alcanzaría al 7,8% del gasto mundial en 2010, porcentaje superior a la participación de la región en el PIB mundial. Esta cifra es resultado de un aumento sostenido, a tasas de entre un 8% y un 9% anual, del gasto en TIC's (Cimoli M. e., 2010).

En México, la situación actual requiere que el gobierno asuma un liderazgo en la promoción del desarrollo de las industrias de TIC'S y en el fomento a la reconversión digital de procesos para lograr mejoras en la productividad de nuestra economía. El desarrollo de la industria del software se presenta como una alternativa real para producir y exportar productos y servicios de alto valor agregado (PROMEXICO, 2013).

Uno de los programas más atractivos en México, es el Programa para el Desarrollo de la Industria de Software (PROSOFT) que abarca: inversiones, exportaciones, marco legal, CH, mercado interno, financiamiento, incubadoras, compras de gobierno, calidad y agrupamientos empresariales. Su creación en 2003 estableció metas concretas para el año 2013, tales como exportar 5.000 millones de dólares estadounidenses, aumentar el gasto en Tecnología e Información (TI) del 1.4% actual al 4.3% promedio en el primer mundo y ser el líder latinoamericano de soporte

y desarrollo de servicios basados en tecnologías de la información (PROMEXICO, 2013).

En México el comercio electrónico o *e-commerce* todavía se encuentra lejos de su maduración, pese a que ha venido registrando crecimientos de doble dígito al hilo desde los últimos siete años, según indica la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2014).

Además también la AMIPCI (2014), indicó que el rubro de las compras en línea creció 43% durante el 2013, en comparación con el 2012, hasta llegar a un mercado estimado en 121,000 millones de pesos, "que no es una cifra menor, pero que tampoco representa el potencial" del sector en México.

En México la penetración de los servicios bancarios ronda el 28 a 30%, aún abajo del 35% que significa el promedio de Latinoamérica. Sólo el 25% de los mexicanos cuentan con tarjeta de crédito y un 60% tiene una tarjeta de débito, pocas veces aceptada como medio de pago en el *e-commerce*. Hay que partir de allí. El mercado está en una etapa adolescente y falta aún para ser un mercado maduro (AMIPCI, 2014).

Por otro lado se puede seguir la idea de Arteaga (2013), quien dice que la mesa parece estar puesta para que las MIPYMES del país logren consolidarse. Su importancia para la economía nacional ha quedado demostrada, pero hay un paso que muchas de estas compañías aún no han dado: la entrada al comercio electrónico. El creciente número de usuarios en Internet, que actualmente alcanza los 45.1 millones de internautas en México, forman parte del mercado potencial que podría ser aprovechado por las MIPYMES. Se considera que este incremento de internautas puede dar un empuje importante al crecimiento del comercio electrónico.

La importancia del comercio electrónico se reitera si se considera que en México las MIPYMES son equivalentes a cinco millones de compañías, es decir, el 99.8% del grueso de las empresas nacionales, de acuerdo con cifras del (INEGI, 2014).

La creación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), así como los montos de inversión anunciados desde el gobierno federal para estas compañías, abren nuevos horizontes en su desarrollo y la posibilidad de aprovechar la oportunidad que ofrece el llamado “*e-commerce*”, que genera actualmente ingresos por 6,000 millones de dólares estadounidenses (mdd), según los últimos datos de la (AMIPCI, 2014).

Hasta aquí se ha descrito la realidad de las TIC´s, principalmente el comercio electrónico y su importancia para las MIPYMES, así como la necesidad de contar con un CH idóneo para el manejo de las mismas en un contexto mundial y nacional, ahora se desarrollará la situación de estos mismos fenómenos en el ámbito estatal y local.

1.2.3 Contexto estatal

En cuanto a la situación del estado de Michoacán, de acuerdo al Ranking Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2013, publicado por el Foro Consultivo Científico y Tecnológico (FCCyT) Dutrenit (2013), Michoacán se ubica en la 25ª posición de las 32 entidades. Entre los principales indicadores que reporta dicho ranking, la entidad ocupa los siguientes lugares:

13º en Infraestructura académica y de investigación.

19º en Inversión en ciencia, tecnología e innovación.

21º en Productividad científica e innovadora.

26º en Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

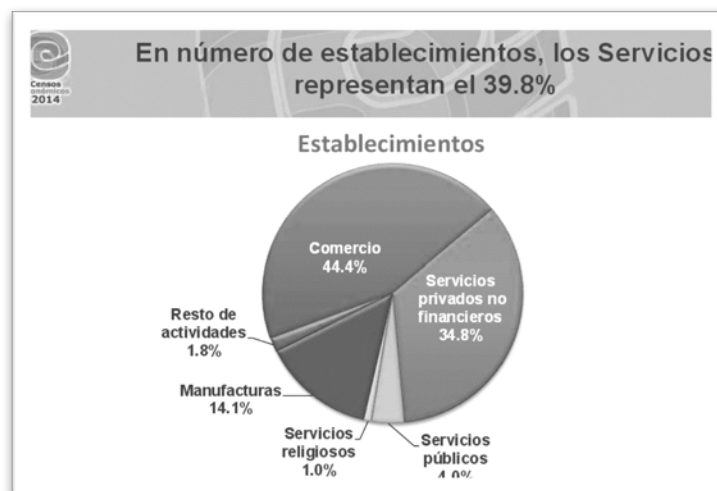
En lo que se refiere a los indicadores de tipo social, la entidad muestra un importante rezago, ya que de las 32 entidades federativas ocupa la posición número 29 con respecto al número de años promedio de escolaridad, la número 26 respecto

al porcentaje de la población alfabeta, la posición 28 en el índice de desarrollo humano y la número 26 con respecto al porcentaje de la población en condiciones de pobreza. También es una de las entidades donde menor cobertura ha tenido las TIC's. En síntesis, es una de las entidades donde existe un importante rezago tanto en situación económica como social, lo que significa un gran reto para generar un ambiente propicio para impulsar las actividades de desarrollo de las TIC's (FOROCONSULTIVO, 2012).

De acuerdo a datos del INEGI (2014), en el estado de Michoacán de 2006 a 2009 se tuvo una tasa media de crecimiento anual del número de negocios del 3.6%, y de 2009 a 2014 del 1.7%, con lo que se puede decir que ha seguido creciendo pero el ritmo ha disminuido. En cuanto al empleo la tasa media de crecimiento en los periodos de 2004 a 2009 tuvo un aumento de 4.2%, mientras que del 2009 al 2014 el mismo indicador creció el 1.0%, por lo que se ve que el crecimiento del empleo ha sido lento.

La siguiente gráfica se muestra la situación de los diferentes sectores productivos del estado según datos del (INEGI, 2014).

Ilustración 1 Establecimientos por sector en Michoacán

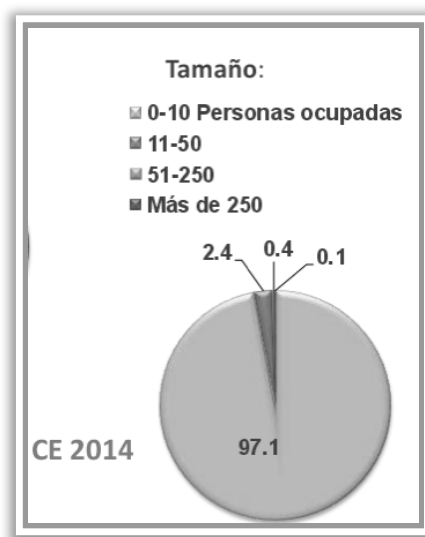


Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2014).

Así pues basado en el análisis de los datos es que el INEGI (2014), expresa que la terciarización de la economía es la tendencia en el estado.

En Michoacán predominan los establecimientos pequeños y de reciente creación, como lo indica la siguiente imagen, según datos del INEGI (2014), donde se muestra que el 97.1% de las empresas tienen menos de 11 empleados.

Ilustración 2 Tamaño de empresas, según número de empleados, Michoacán



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2014).

El INEGI (2014), señala que en cuanto al uso de TIC's, solamente el 15.8% de las empresas que emplean entre 0 y 10 personas cuentan con internet, éstas representan el 97.1 de las empresas del país. Se debe tener en cuenta que no se consideró en la encuesta los planes de internet de telefonía celular.

Aun así, esta investigación trata de ser una acción propositiva, que aporte a favor de las actividades que lleven a la ciudad de Morelia a la senda del desarrollo con una mejor calidad de vida para todos, por medio del análisis del nivel de aprovechamiento y formación del CH para el uso adecuados de las TIC's, particularmente el comercio electrónico en las MIPYMES. Por lo que es necesario describir el entorno local en donde se hará esta investigación.

1.2.4 Contexto local

De acuerdo con el “Plan Estratégico de Desarrollo Integral para el Estado Michoacán al 2040” elaborado por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la Fundación Ciudadana para el Desarrollo Integral de Michoacán A.C.(FUCIDIM), en 2009, la Región Cuitzeo, de la que forma parte el municipio de Morelia, fue la segunda región en importancia económica al aportar el 33% del valor de la Producción Bruta Total (PBT) del estado, sólo superada por la región Sierra Costa que aportó el 34%. De la PBT (33%) que aportó la Región Cuitzeo, el 95% se concentra en Morelia y se estima en 51 mil 353 millones 178 mil pesos, seguido por el 1.78% de Tarímbaro (PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO, 2012) .

En la ciudad de Morelia, de acuerdo con el INEGI (2012), está claro que no se generan los empleos necesarios para ocupar a toda la población económicamente activa (PEA), y no solo eso, sino que los que se crean requieren de escasa preparación para ocuparlos y por lo mismo, son de baja remuneración. Pues en la ciudad, en el 2012 el 83.2% de los empleos son del sector servicios, y la población ocupada recibe menos de 5 salarios mínimos en un 83.5%.

Lo anterior da como resultado que las personas preparadas (que se supondría tienen mayor CH) sean las que enfrentan el problema de la desocupación, o se emplean en ese tipo de trabajos con la insatisfacción correspondiente.

El problema tiende a crecer por la falta de inversiones que realmente generen riqueza y empleos para todo tipo de profesionistas recién egresados que no encuentran trabajo y otros no tienen el incentivo de concluir sus estudios debido a la baja oferta de empleos bien remunerados. En los datos del INEGI (2012), el 58% de la población ocupada lo hacía por cuenta propia, lo cual es significativo porque devela el nivel de emprendimiento que hay, pero falta pasar a esas entidades productivas a la formalidad y generar empleos mejor remunerados.

Es de destacar que el comercio y los servicios, sobre todo los vinculados al turismo y a la educación son los más dinámicos en la economía municipal. Estos sectores son los que mayor cantidad de empleos generan, sin embargo estas plazas laborales son de las que no requieren, en la mayoría de los casos, educación profesional especializada (PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO, 2012).

Es urgente, además de gestionar inversiones, que los gobiernos generen programas que apoyen el autoempleo y la empresa familiar, como medida que contribuya a mitigar esta situación. Pero es igualmente urgente que los ciudadanos sean por decisión propia gestores de nuevas fuentes de desarrollo, empezando por ellos mismos en su educación y desarrollo de habilidades. Y esa es precisamente la idea de esta investigación; esclarecer el escenario de una nueva oportunidad en la que los que se han formado como profesionistas (que cuentan con cierto CH) en una universidad tengan una alternativa para generar una fuente de empleo y que así contribuyan al desarrollo local.

2. Objetivos de la Investigación

2.1 Objetivo general

Analizar la relación entre el comercio electrónico en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México y el CH.

2.2 Objetivos específicos

- 1) Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.
- 2) Indicar en qué medida se aprovecha en el comercio electrónico el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, México.
- 3) Analizar de qué manera se utiliza en el comercio electrónico el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

- 4) Investigar cómo se protege el CH innato, en las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

3. Justificación

3.1 Conveniencia

El proyecto que ahora se presenta, tiene cabida en la idea de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) que indica que en gran medida el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe dependerá cada vez más de su capacidad para generar el conocimiento y las competencias necesarias para impulsar la innovación económica y social, así como para aumentar sus efectos sobre el crecimiento económico, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental. Todo esto en un contexto en que es necesario redefinir la relación entre mercado, Estado y sociedad que ha prevalecido desde hace tres décadas y que no ha logrado responder a los desafíos del desarrollo y cerrar las brechas productivas y sociales (CEPAL, 2010).

Así es conveniente hacer esta investigación por su utilidad para coadyuvar con propuestas que hagan posible la generación de CH y las competencias para la innovación económica y social de la ciudad de Morelia.

Es conveniente la investigación, porque ayuda a dar una respuesta a los sectores laboral y empresarial, al ofrecer un medio que coadyuve en la competitividad requerida en el entorno global y que además es una propuesta sustentable en el tiempo procurando bienestar para generaciones futuras y amigable con el medio ambiente; propone una investigación donde se entienda el fenómeno del comercio electrónico y sus requerimientos, aprovechamiento, o generación del CH en sus diferentes formas. Las MIPYMES entenderán como el binomio comercio electrónico-CH, puede ayudar a ofrecer bienes y servicios de calidad, en mercados más amplios desde lo local, hasta lo transnacional.

3.2 Relevancia social

La relevancia social tiene relación con esta investigación cuando se pretende determinar la esencia de las nuevas dinámicas económicas, como es el caso del comercio electrónico, que pueden contribuir al crecimiento económico, la inclusión social por medio del análisis del desarrollo y aprovechamiento del CH a partir de la actividad de las MIPYMES que desempeñan sus actividades en la localidad, particularmente aquellas que realizan comercio electrónico.

Así entonces, la trascendencia de esta investigación se da cuando se pretende aclarar si el problema que hay para adoptar esta metodología de comercio electrónico en Michoacán, es que no existe aún una cultura al respecto, se ignora que capacidad y habilidades humanas se consideran apropiadas para esta actividad, o se desconocen las ventajas y desventajas, además de no saber cuáles son los requerimientos para introducirla dentro de sus empresas. Al incorporar los indicadores que hacen posible medir la infraestructura y actividad del comercio electrónico se conocerá la disposición que se tiene en la ciudad de Morelia, para realizarlo de manera eficiente.

Es relevante socialmente porque ayuda a demostrar como la formación del CH pone a la vanguardia a las MIPYMES, para poder integrarse y competir con acción local pero con visión global.

A partir del conocimiento de la situación donde se encuentra la relación del CH y las MIPYMES que realizan comercio electrónico, se pueden hacer propuestas, para mejorar la formación pertinente del CH para este tipo de actividades que permitan desarrollar las destrezas y habilidades de manera profesional y que ayuden a ser competentes en el mercado laboral para beneficio del desarrollo local de la sociedad en conjunto, trascendiendo lo económico y llegando a lo humano.

3.3 Implicaciones prácticas

En la práctica esta investigación proporcionará resultados que mostrarán las vías de acción para enfocarse en la capacitación técnica y profesional, la actualización de programas de estudio adecuados y actuales, las políticas para la integración de las TIC's en los convenios entre las MIPYMES, las universidades y los gobiernos. Se podrá entender la necesidad de adiestramiento en las empresas e instituciones sobre temas concretos y para mejorar indicadores específicos.

En el mundo existen cerca de 2300 millones de internautas³, lo que representa un tercio de la población mundial. Todos y cada uno de estos son potenciales clientes para el comercio electrónico. No existe otro canal de venta con mayor potencial que el medio en internet (*online*). (ADIGITAL, 2012).

De igual forma la CEPAL (2010), manifiesta que es necesario buscar las estrategias que hagan de las TIC's herramientas estratégicas para el desarrollo cuya adopción impulse la innovación, el crecimiento económico y la inclusión social. La incorporación del comercio electrónico en el aparato económico genera ganancias de productividad que se traducen en crecimiento, reduce los costos de transacción, con las consiguientes mejoras de la competitividad⁴, que resultan en el desarrollo de nuevos modelos de negocios y el acceso a nuevos mercados, sobre todo por parte de las unidades económicas de menor tamaño, y permite la creación de empleos mediante aplicaciones que viabilizan el trabajo a distancia (teletrabajo⁵), lo que aumenta la inclusión laboral de grupos vulnerables. Por ello es necesario hacer un análisis para describir en qué manera todas estas ventajas se están aprovechando en el desarrollo local de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

³ La RAE define un internauta como, persona que navega por internet. (RAE, 2016)

⁴ La RAE, define competitividad como "la capacidad de competir o la rivalidad para la consecución de un fin". Si nos referimos al ámbito empresarial, la competitividad es la capacidad de mantener, de una forma sistemática, ventajas comparativas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en un entorno socioeconómico (RAE, 2016).

⁵ De tele y trabajo. Trabajo que se realiza desde un lugar fuera de la empresa utilizando las redes de telecomunicación para cumplir con las cargas laborales asignadas. (RAE, 2016)

Para diciembre de 2008, México contaba con una estructura empresarial formada por 4 100 000 unidades económicas, distribuida de la siguiente manera: 0.2% empresas grandes, 0.7% empresas medianas, 3.1% empresas pequeñas y 96% microempresas. En cuanto al empleo, 27.9% lo generan las empresas grandes, 16.6% las empresas medianas, 14.9% las pequeñas empresas y 40.6% las microempresas. Por otro lado su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) fue de 48% las grandes empresa, 22.5% las empresas medianas, 14.5% las empresas pequeñas y 15% las microempresas. La aportación de las MIPYMES mencionada anteriormente se puede resumir de la siguiente manera: las MIPYMES en México representan 99.8% de las unidades económicas, 72.1% del total de empleos, y 52% del total del PIB, todo ello en cuanto al total aportado por las empresas en México (SPYME, 2010). Como se puede apreciar en los datos mencionados anteriormente, las MIPYMES contribuyen significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales (Álvarez, 2009). Y todas estas empresas son en su mayoría prospectos para el uso de comercio electrónico.

Es por eso que el presente proyecto se aboca a la tarea de investigar si las MIPYMES en la ciudad de Morelia, Michoacán, México tienen la posibilidad de entrar en la dinámica del comercio electrónico, cuáles son sus beneficios y sus riesgos, así como los requerimientos mínimos para que los empresarios puedan adoptar esta metodología dentro de sus estrategias empresariales y cuál es la relación con el CH desde la perspectiva del desarrollo local.

La *web* ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales, y cualquier otro tipo de producto o servicio) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, como por ejemplo en la industria del *software*, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios, y como consecuencia reduce los costos en beneficio tanto del emprendedor de la empresa virtual como de los clientes a quienes debe satisfacer (López, 2015).

Por tanto en esta investigación se puede validar la idea de que el comercio electrónico no supone llevar a cabo una gran inversión, ya que la infraestructura y el personal necesario para atender al negocio digital es mucho menor que el requerido por un espacio físico, y es por ello que los emprendedores de negocios que tienen grandes ideas de inversión, pero poco presupuesto para hacerlas realidad, pueden hacer uso de la empresa virtual como medio de ensayo para capacitarse como empresario, o prestador de servicios profesionales, sin los obstáculos que impone la falta de un gran capital para iniciar en proyecto y analizar que tipo de CH es el indicado para tal efecto.

3.4 Valor teórico

Este proyecto resulta una actividad cuyo objetivo principal es determinar la relación entre el comercio electrónico en las MIPYMES y el CH como variable que impulsa el desarrollo local, y que a partir de este análisis se puedan guiar empresas que no por ser virtuales dejan de tener eficiencia real como entes de negocios, que bien pueden aprovechar las grandes ventajas del comercio electrónico como: aumentar las ventas llegando a potenciales clientes (digitales) nuevos en todo el mundo. Internet no tiene fronteras, por lo que los negocios que entran en él aumentan exponencialmente su visibilidad y el público al que pueden alcanzar. Internet tampoco tiene horarios, por lo que no hay hora de cierre del comercio electrónico (SOCIALyTECH, 2015).

El valor teórico de esta investigación se manifiesta ante las pocas propuestas para determinar la relación de un fenómeno novedoso en la historia humana como el comercio electrónico y el CH como variable que impulsa el desarrollo local, que en la ciudad de Morelia también se puede considerar algo nuevo.

4. Universo y muestra de investigación

El universo de estudio serán todas las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México que realicen comercio electrónico.

De este universo se tomará una muestra representativa misma que de los niveles de confianza para aplicar las pruebas estadísticas necesarias, que ayuden a determinar la relación del comercio electrónico en las empresas con el CH.

En cuanto al periodo de tiempo, se pretende una investigación transaccional por lo cual se piensan tomar muestras y procesar los datos en 2018, y presentar el análisis de resultados también para el 2018.

5. Viabilidad de la investigación

Recursos humanos: Contar con personas conocidas en instituciones relacionadas con la investigación, y un cuerpo académico y docente con gran experiencia, hace que siempre se dispongan diferentes opiniones, evaluaciones, observaciones, asesorías, que enriquecen en gran medida el resultado de la investigación.

Viabilidad de recursos financieros: Esta investigación no requiere de una inversión costosa, pues no son necesarios viáticos a lugares lejanos, pues es en la misma ciudad de Morelia. Por otro lado el mismo hecho de que sea la capital del estado las instituciones que serán la fuente de información para realizar la investigación, tanto primaria como secundaria son locales.

Viabilidad de tiempo: En este sentido también es viable la investigación, puesto que se ha planteado una cronología de las actividades de la misma, con cierto margen de tiempo, para cumplir con el objetivo de ser entregada cuando el programa del doctorado lo requiera. Además de que el estudiante, cuenta con el tiempo completo dedicado a la realización de la misma.

Viabilidad por el conocimiento. El hecho de contar con conocimiento en las variables principales que integran el estudio, como son empresas, comercio electrónico, CH y desarrollo local proporcionan una ventaja para el logro de los objetivos de la investigación. Así mismo con la intensidad en la lectura, reflexión y análisis será factible obtener nuevos instrumentos de investigación, procesamiento e informe de datos que hagan de esta una tarea científica y de la mejor calidad.

6. Tipo de Investigación

a) Enfoque

Esta investigación seguirá un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos aplicados al estudio del fenómeno. La búsqueda del conocimiento del tema se desarrollará mediante un enfoque cuantitativo, por lo que se hará una recolección de datos para probar las hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento.

En este sentido a partir de la idea, que se ha delimitado, emanan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño), se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones con respecto de las hipótesis.

Esta investigación cuantitativa sigue un patrón estructurado (el proceso), y se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a toda la población o universo. Se busca que el estudio realizado pueda replicarse. De igual manera este tipo de investigación permite explicar y predecir el fenómeno investigado, buscando regularidades y relaciones entre variables.

Siguiendo el proceso cuantitativo los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, y las conclusiones derivadas contribuirán en la generación de un conocimiento objetivo. Para tal fin, en esta investigación se utiliza la lógica o

razonamiento deductivo, donde, a partir de la teoría se derivan las hipótesis que se buscará someter a prueba, llegando a identificar las correlaciones entre variables.

Esta investigación se puede describir también como no experimental pues el estudio se realiza sin la manipulación de variables y solo se observan los fenómenos en su ambiente natural, y además es transaccional o transversal ya que los datos se recolectarán en un único momento.

b) Alcance

Dentro de este mismo enfoque se busca que el alcance sea correlacional, dado que se tiene la finalidad de conocer la relación o grado de asociación entre el CH y el CE de las MIPYMES en Morelia, Michoacán, México.

PARTE II. MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO

CAPÍTULO I. GEOGRAFÍA Y DESARROLLO LOCAL

1.1 Relación de la geografía y el desarrollo local

Puesto que la investigación que se está desarrollando es sobre las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México se considera necesario determinar las características de la geografía de la ciudad. Pues éstas son un presupuesto necesario para hacer realizar un análisis sabiendo el contexto social y económico, o bien sentar las bases para cualquier investigación científica enfocada en cualquier vertiente de este desarrollo local en esta ciudad. Teniendo en cuenta que la geografía es más que la identificación de los recursos naturales en un mapa; siendo más bien por definición un estudio del medio físico, de las sociedades que en el habitan (su cultura, su historia, su economía, desarrollo, etc.) y las regiones que se forman al producirse esta relación. Entender la geografía de la ciudad, dará luz para proyectar la riqueza de los recursos históricos, culturales, económicos, etc. en una propuesta de investigación del CH como variable del desarrollo local.

Así pues, se describirán algunos puntos de la geografía de la ciudad de Morelia, Michoacán, México a partir de los cuales se puedan sugerir algunas consideraciones a tener en cuenta en el análisis del CH en la perspectiva del desarrollo local. Si bien, cabe precisar que habrá muchas otras características que quedarán excluidas por el momento.

1.2 Regionalización del estado de Michoacán

El condicionamiento ambiental, los recursos naturales disponibles, la distribución de las actividades agropecuarias, forestales y de la agroindustria, el avance en las comunicaciones y relaciones de intercambio y consumo, hacen de Michoacán un estado plural y de contrastes, cuyas regiones agrícolas son expresión de ello y de su desarrollo histórico. Lo anterior de alguna forma explica la especialización productiva de las regiones, al igual que su mayor o menor atraso en su desarrollo y en las condiciones de vida de sus pobladores. Así, en el estado existen

regiones eminentemente agrícolas, agrícola-pecuarias o agrícola-forestales, con bajo nivel de desarrollo a medio, pero ninguna con alto (Moreno, 1994).

Como expresión del sistema capitalista, en todas las regiones se manifiestan tendencias polarizadas de desarrollo. Por un lado, las zonas irrigadas que disponen de infraestructura productiva tanto en manos de pequeños propietarios como de ejidatarios se tratan de incorporar cada vez más a la dinámica de un mercado agropecuario más competido, con cultivos como las flores, algunos frutales y hortalizas. Por otro lado, la mayor parte de los productores de agricultura de temporal, se mantienen a la expectativa de los cambios, mientras tanto continúan sembrando los cultivos tradicionales: maíz, sorgo y trigo; y en otros casos algunas tierras francamente se dejan de cultivar (Moreno, 1994).

1.3 Las MIPYMES en Michoacán

Para hacer un análisis de las MIPYMES en la ciudad de Morelia es conveniente tener presente un contexto más amplio de la situación empresarial en el estado de Michoacán. En este sentido, según datos del Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) dependiente de la Secretaría de Economía (SE), la siguiente tabla representa la dinámica a través del periodo de 2004 a 2008. En este periodo se nota un gran crecimiento de 10,030 en 2004 empresas a 59,528 en 2015.

Tabla 1 Relación de Unidades Económicas 2004-2015

ESTADO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
AGUASCALIENTES	6,809	8,417	9,011	9,541	8,975	7,292	6,220	6,320	5,070	5,290	5,632	4,961
BAJA CALIFORNIA	11,067	11,421	10,541	9,949	10,733	11,263	11,737	11,487	11,420	11,244	9,976	8,069
BAJA CALIFORNIA SUR	7,614	7,108	6,901	9,172	11,044	12,681	12,856	11,816	14,003	13,993	12,774	9,933
CAMPECHE	2,274	2,354	1,945	5,635	6,210	6,982	7,102	6,786	7,096	7,553	8,475	9,442
COAHUILA	9,013	8,860	7,823	7,893	10,800	11,622	12,555	12,895	13,816	17,318	18,762	19,159
COLIMA	1,454	1,318	773	606	525	741	998	1,538	1,599	1,785	1,795	1,748
CHIAPAS	2,396	2,741	2,873	3,236	3,427	3,567	3,632	4,647	4,607	4,590	4,347	4,167
CHIHUAHUA	27,460	32,983	35,566	37,559	33,174	30,550	28,838	32,354	36,686	39,463	36,590	33,991
CIUDAD DE MEXICO	113,830	131,447	124,443	125,990	117,356	110,464	93,162	98,950	94,111	92,055	78,810	81,175
DURANGO	1,744	1,631	1,336	1,191	1,256	1,147	1,172	1,343	1,713	6,586	8,215	9,090
GUANAJUATO	17,705	20,772	21,199	23,147	27,356	34,335	41,196	47,489	50,233	46,674	40,851	33,321
GUERRERO	2,035	2,216	1,869	1,881	1,858	1,308	1,956	2,230	2,548	2,295	2,664	2,366
HIDALGO	22,854	21,585	25,368	30,075	27,634	18,684	21,940	25,943	19,264	16,466	14,094	11,718
JALISCO	93,087	117,537	117,721	126,736	90,373	93,274	99,249	99,730	90,974	81,854	60,960	55,733
ESTADO DE MEXICO	76,244	75,272	75,082	76,514	83,071	88,879	94,826	83,764	74,756	71,768	63,130	60,422
MICHOACAN	10,039	10,094	9,774	10,905	13,140	20,248	30,444	41,878	50,577	59,786	60,778	59,258
MORELOS	4,015	3,528	4,312	4,814	4,334	3,982	3,824	2,929	3,358	3,459	3,178	2,111
NAYARIT	12,158	12,244	11,263	8,302	10,660	13,898	13,621	11,592	11,801	11,285	9,865	8,968
NUEVO LEON	25,143	22,836	17,364	14,407	15,094	14,502	15,306	16,191	16,304	16,214	17,820	19,476
OAXACA	4,432	4,833	4,452	4,972	4,594	4,733	3,970	4,379	4,272	4,634	4,471	4,378
PUEBLA	14,668	13,434	10,611	10,689	11,409	11,390	17,432	22,398	25,631	28,032	22,813	23,346
QUERETARO	8,881	13,957	18,506	21,999	26,352	39,342	48,015	56,256	53,986	51,869	53,562	47,219
QUINTANA ROO	33,492	29,893	29,035	26,441	29,569	31,544	28,576	25,453	22,412	21,794	23,186	21,390
SAN LUIS POTOSI	12,421	15,266	14,695	15,087	13,801	13,413	12,946	13,284	13,970	14,471	12,937	10,538
SINALOA	14,071	14,007	13,029	12,538	11,505	10,450	9,853	9,877	11,911	13,320	15,937	18,852
SONORA	10,189	8,120	7,312	6,869	6,927	6,816	6,067	5,527	6,252	6,699	6,827	6,117
TABASCO	1,758	2,631	3,686	6,090	7,534	8,651	9,379	9,336	8,709	8,210	7,498	8,053
TAMAULIPAS	15,059	17,813	21,945	25,522	24,437	22,754	20,383	19,396	17,975	21,581	24,712	26,228
TLAXCALA	6,582	8,627	10,731	11,781	13,914	12,977	12,277	10,743	10,171	9,677	9,250	8,874
VERACRUZ	26,723	26,766	26,630	30,966	33,397	35,096	36,286	37,290	41,755	53,190	57,078	57,230
YUCATAN	21,461	22,662	19,421	23,710	24,496	28,554	30,934	33,842	37,704	33,391	31,358	29,516
ZACATECAS	6,400	6,568	6,172	7,026	6,880	8,515	9,607	10,901	12,194	13,214	14,510	15,285
TOTALES	623,078	678,941	671,389	711,243	691,835	719,654	746,359	778,564	776,878	789,760	742,855	712,134

- La información contenida pertenece sólo a las empresas registradas en el SIEM y no a la totalidad de las existentes en el país.
- Las cifras expresadas no representan la natalidad y mortalidad de las empresas.
- Fuente: SIEM (2016).

En la presente investigación se examinarán las MIPYMES en relación con el desarrollo local, mismo que se lleva a cabo por los actores locales, así la siguiente tabla parece significativa para ilustrar con qué actores se cuenta cuando se habla de empresas locales.

Tabla 2 Estadísticas de Empresas por Ámbito por Estado

ESTADO	ÁMBITO		
	LOCAL	REGIONAL	NACIONAL
Aguascalientes	3,874	336	343
Baja California	6,235	562	1,020
Baja California Sur	9,902	243	162
Campeche	9,088	161	167
Coahuila	16,420	1,321	1,559
Colima	730	746	489
Chiapas	2,190	1,243	838
Chihuahua	30,291	1,284	1,285
Distrito Federal	77,452	1,159	5,029
Durango	8,919	815	780
Guanajuato	28,421	978	2,180
Guerrero	1,577	711	378
Hidalgo	10,011	711	440
Jalisco	42,188	8,512	3,711
Estado de México	55,169	1,460	3,403
Michoacán	58,057	620	817
Morelos	1,635	253	274
Nayarit	9,298	225	97
Nuevo León	19,527	1,239	1,536
Oaxaca	3,818	478	216
Puebla	20,802	1,423	1,529
Querétaro	37,608	1,907	1,180
Quintana Roo	19,487	707	777
San Luis Potosí	8,953	217	554
Sinaloa	16,957	1,130	987
Sonora	5,530	330	592
Tabasco	6,712	1,074	216
Tamaulipas	23,998	1,068	1,766
Tlaxcala	8,270	478	146
Veracruz	51,501	3,451	2,222
Yucatán	27,415	1,445	1,254
Zacatecas	15,265	600	367
TOTAL PARCIAL	637,300	36,887	36,314
TOTAL	710,501		

- La información contenida pertenece sólo a las empresas registradas en el SIEM y no a la totalidad de las existentes en el país.
- La base de datos es actualizada constantemente por los operadores, tanto el número de empresas como la información de las mismas puede variar de acuerdo a la fecha de consulta.
- Fecha de última actualización: 18 de Junio de 2016.
- Fuente: SIEM (2016).

Se mostrarán a continuación algunos datos de la dinámica económica del estado de Michoacán, que sirvan como referencia para el análisis de las MIPYMES que en el mismo desarrollan su actividad empresarial.

Tabla 3 Unidades económicas en Michoacán 2014

Municipios	Unidades económicas	Personal ocupado total	Remuneraciones	Producción bruta total
Total Michoacán de Ocampo	100.0	100.0	100.0	100.0
Lázaro Cárdenas	4.0	6.8	10.0	30.5
Morelia	19.1	25.5	36.9	27.4
Uruapan	9.9	10.3	10.3	7.0
Zamora	4.6	6.1	7.8	5.2
La Piedad	1.0	1.5	2.4	2.9
Jacona	2.7	3.7	5.0	2.9
Zacapu	2.1	1.9	2.0	2.8
Zitácuaro	3.3	2.7	1.7	1.8
Apatzingán	3.0	2.8	2.2	1.8
Sahuayo	2.5	2.4	1.7	1.3
Resto de municipios	47.8	36.2	20.1	16.4

Nota: orden de acuerdo con la producción bruta total.

Fuente: INEGI (2016).

En la tabla anterior se encuentra información económica por municipio con información del Censo Económico 2014, donde se puede observar que el municipio de Morelia obtuvo el primer lugar en unidades económicas con 19.1%, mientras que en personal ocupado representa el 25.5% y remuneraciones alcanza el 36.9%. En producción bruta total la primera posición fue para el municipio de Lázaro Cárdenas. El porcentaje de unidades económicas, Uruapan y Zamora se posicionaron en segundo y tercer sitio con 9.9 y 4.6% respectivamente (INEGI, 2016).

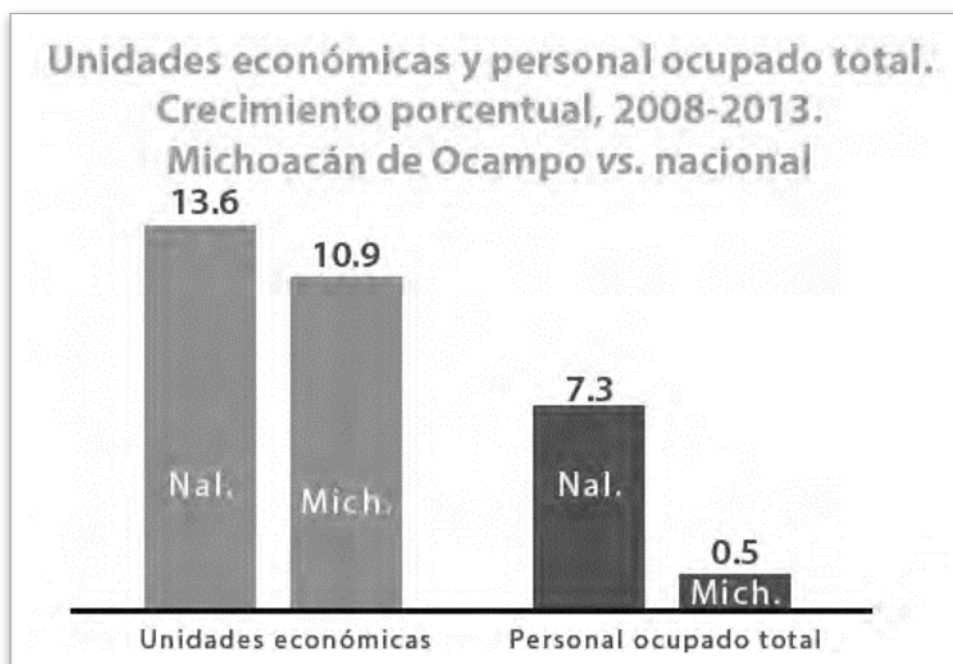
Tabla 4 Principales actividades económicas del estado de Michoacán de Ocampo según Ingresos

Actividad económica	Participación porcentual			Lugar de importancia		
	2003	2008	2013	2003	2008	2013
Industria del hierro y del acero	3.9	14.9	13.4	7	1	1
Abarrotes y alimentos al por mayor	10.8	7.0	9.7	1	3	2
Combustibles y lubricantes al por menor	6.3	4.6	7.1	2	5	3
Tiendas de autoservicio al por menor	3.6	4.2	6.2	8	6	4
Abarrotes y alimentos al por menor	5.9	5.4	5.1	3	4	5
Materias primas para la industria al por mayor	5.4	10.9	4.3	4	2	6
Bebidas y tabaco al por mayor	3.9	3.2	4.0	6	8	7
Automóviles y camionetas al por menor	3.0	2.5	2.6	10	9	8
Molienda de granos y obtención de aceites	1.1	1.9	2.4	19	10	9
Fertilizantes, pesticidas y similares	NS	3.3	2.1	232	7	10

Fuente: INEGI (2016).

En el estado de Michoacán según INEGI (2016), había en 2014 4.6% establecimientos del total del país. De éstos, la industria del hierro y del acero obtuvo el primer lugar en los dos últimos eventos censales. El segundo lugar correspondió a los abarrotes y alimentos al por mayor.

Ilustración 3 Unidades económicas y personal ocupado total



Fuente: INEGI (2016).

Según muestra la grafica anterior de 2008 a 2013, Michoacán registró una tasa de crecimiento de 10.9% en unidades económicas, 2.7 puntos porcentuales menos que la tasa nacional. El personal ocupado estuvo por debajo de la tasa de crecimiento nacional, al obtener 0.5 por ciento.

En cuanto a las unidades económicas y personal ocupado por actividad, el aparato productivo del estado se sustentó en el comercio y los servicios privados no financieros, que en conjunto aportaron ocho de cada 10 unidades económicas. En personal ocupado participaron con siete de cada 10 trabajadores (INEGI, 2016).

En el estado de Michoacán en cuanto al personal ocupado por sexo el INEGI (2016), informa que de los 611 496 trabajadores ocupados en el estado, 338 488 (55.4%) correspondieron a hombres y 273 008 (44.6%), a mujeres. Las actividades en que participaron predominantemente las mujeres fueron el comercio, los servicios y las industrias manufactureras con 50.5, 49.2 y 36.4 % respectivamente. Los hombres predominaron en minería; construcción; pesca y acuicultura; transportes, correos y almacenamiento; y electricidad, agua y gas.

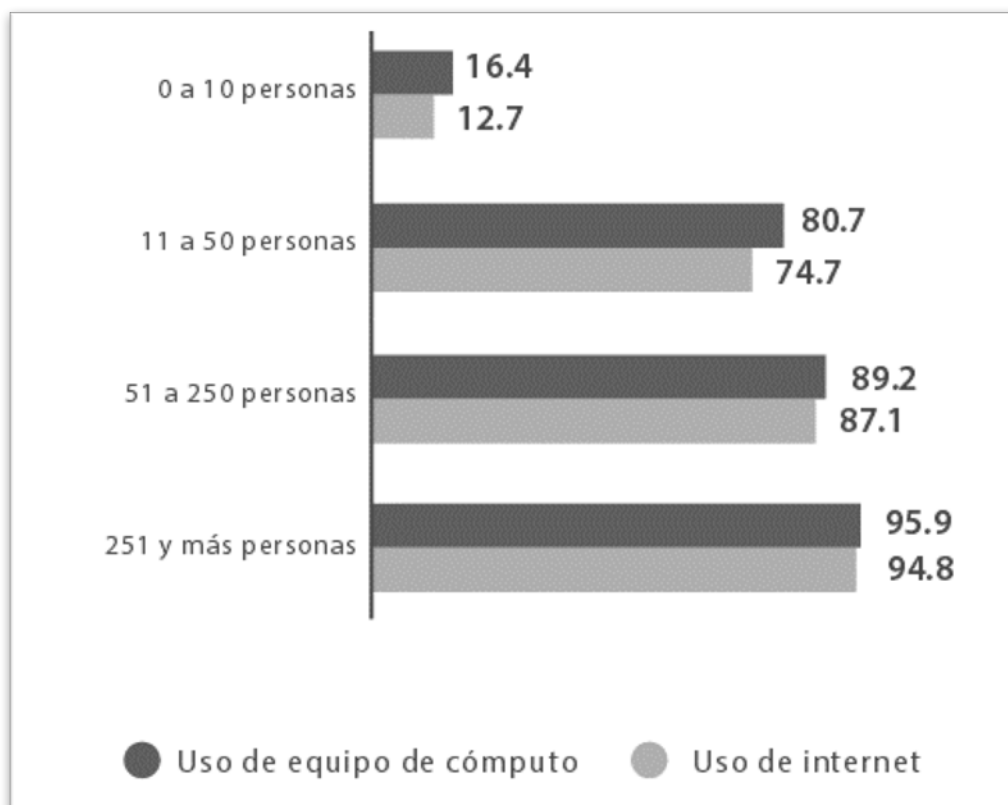
Ilustración 4 Personal ocupado total según sexo por actividad económica, 2013



Fuente: INEGI (2016).

Por la parte del uso de cómputo e internet, se muestra en la siguiente gráfica que aún es bajo su uso en las empresas de menos de 11 empleados, pero en los otros tres segmentos ya es muy significativo.

Ilustración 5 Uso de equipo de cómputo según tamaño de los establecimientos, 2013



Fuente: INEGI (2016).

Resultan ilustrativos los datos de la dinámica económica y social del estado, pero es necesario hacer una breve descripción a nivel local, para saber el escenario en que están establecidos los individuos que serán sujetos del estudio.

1.4 Descripción del municipio de Morelia

1.4.1 Breve historia de la Ciudad de Morelia

a) Fundación y Época Colonial

La ciudad de Valladolid, hoy Morelia, fue fundada el 18 de mayo de 1541 en el valle de Guayangareo, por disposición del Virrey Don Antonio de Mendoza y a instancia de varios españoles avecindados en Michoacán, con el propósito de contar

con una ciudad capital donde residieran las autoridades civiles y eclesiásticas que hicieran posible la administración y el orden colonial, la cual denominarían Nueva Ciudad de Mechoacán, tal objetivo se topó con la férrea oposición del Obispo Vasco de Quiroga, quien respaldaba a la ciudad de Pátzcuaro por la titularidad de Ciudad de Mechoacán. Es hasta después de la muerte del Obispo Quiroga y ya con el nombre de Valladolid que se traslada a ésta la sede del cabildo eclesiástico y silla episcopal (Tavera, 1995).

b) Morelia, Siglo XIX

En 1821 Agustín de Iturbide envió la primera imprenta a Valladolid. El 12 de septiembre de 1828, la Segunda Legislatura del Estado aprobó la sustitución del nombre de Valladolid por el de Morelia, para acabar con todo vestigio de la dominación española y honrar la memoria de José María Morelos y Pavón. El 10 de diciembre de 1831 se estableció el municipio de Morelia. En 1863, durante la Intervención Francesa, Morelia fue conquistada por tropas imperialistas, por lo cual la capital del estado fue trasladada a Uruapan, hasta el final del conflicto, hasta que el 27 de febrero de 1867, la ciudad fue ocupada por el Gral. Republicano Nicolás de Régules. Entonces el Gobernador Don Justo Mendoza decretó que la capital del estado volviera a ser Morelia. En el año de 1864 las familias conservadores de Morelia firmaron un documento mediante el que expresaron su adhesión al imperio de Maximiliano de Habsburgo, quien ese año realizó una visita a la ciudad (Herrejon, 2000).

c) Morelia, Siglo XX y XXI

En la descripción histórica de Herrejón (2000), también se cuenta que en el año de 1910, con diversos actos se celebraban las festividades conmemorativas del centenario del inicio de la lucha por la Independencia; sin embargo, el ambiente social era muy tenso por la escasez de granos y por la perpetuación en el poder de Porfirio Díaz, en el país, y de Aristeo Mercado, en Michoacán. Un año después del comienzo de la Revolución Mexicana (1911), fuerzas maderistas comandadas por Salvador

Escalante, hicieron su entrada triunfal en la ciudad frente al regocijo del grueso de la población.

En 1917, el gobernador Pascual Ortiz Rubio creó la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), a partir del antiguo Colegio de San Nicolás de Hidalgo.

En diciembre de 1991 la ciudad fue declarada por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". Diez años después (2001), los vendedores ambulantes que ocupaban grandes áreas del centro histórico de la ciudad fueron finalmente reubicados, resaltando así la belleza de las construcciones del primer cuadro urbano (MORELIA, 2015).

1.4.2 Medio físico de la Ciudad de Morelia

Aunque la investigación se centra sobre la ciudad de Morelia, es importante analizar las características geográficas y económicas del municipio de Morelia en el cual se ubica la ciudad, ya que recibe grandes influencias y recursos de su entorno que corresponde a todo el municipio.

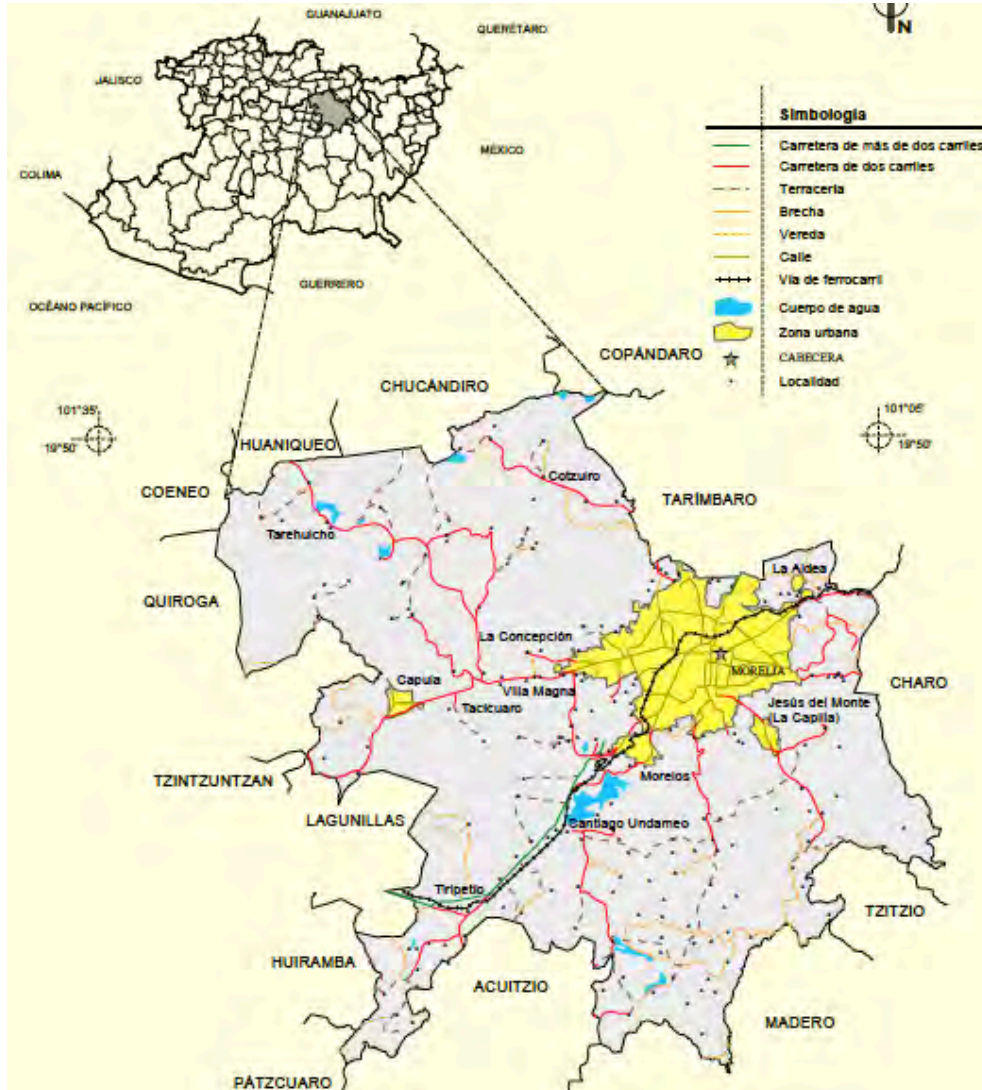
a) Extensión

Su superficie es de 1,196.95 km² y representa el 2.03 por ciento del total del estado (SNIM, 2015).

b) Localización

De acuerdo a los datos del Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM) el municipio de Morelia se localiza en la zona centro-norte del estado. Su cabecera es la capital del estado de Michoacán. Se ubica en las coordenadas 19°42' de latitud norte y 101°11.4' de longitud oeste, a una altura de 1,951 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Tarímbaro, Chucándiro y Huaniqueo; al este con Charo y Tzitzio; al sur con Villa Madero y Acuitzio; y al oeste con Lagunillas, Coeneo, Tzintzuntzan y Quiroga. Su distancia a la capital de la República es de 315 km (SNIM, 2015).

Ilustración 6 Ubicación de la ciudad de Morelia



Fuente: Prontuario de información geográfica municipal; Morelia, Michoacán de Ocampo (2009).

1.4.3 Descripción de la actividad económica de Morelia

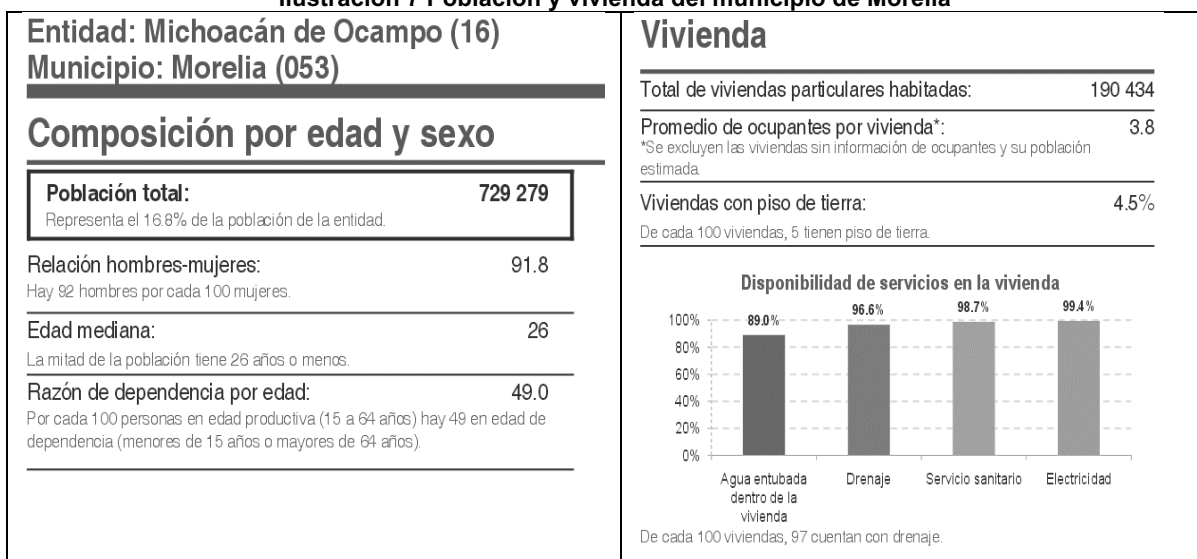
La configuración económica, demográfica y social de Morelia obedece al peso específico de aspectos históricos así como a su evolución urbana. Desde que Morelia asumió el predominio político-administrativo como capital estatal, ha representado un polo urbano que ha tenido efectos en su crecimiento poblacional, concentrando un importante número de habitantes como resultado de su tasa natural de crecimiento poblacional, además de la migración y establecimiento permanente de pobladores que arriban desde las localidades aledañas, desde otros municipios y hasta de otras entidades federativas, ejemplo de ello es la gran cantidad de estudiantes que se

aglomeran en la ciudad, además de los servidores públicos de los tres órdenes de gobierno. El crecimiento urbano de la ciudad ha resultado en una significativa expansión territorial, convirtiendo en asentamientos humanos superficies que anteriormente eran utilizadas para actividades agrícolas, esto a su vez ha causado desplazamientos de la fuerza de trabajo que laboraba en ésta rama hacia otros sectores productivos. De tal forma que actualmente las actividades económicas motoras residen en su mayoría en el sector terciario al igual que la población económicamente activa del municipio (PLANMUDE, 2012).

a) Población

En el Municipio de Morelia, según el censo de INEGI (2010), había una población de 729, 279 que representan el 16.8% de la población total de la entidad. De los cuales hay 91 hombres por cada 100 mujeres, y esta misma población tiene en promedio una edad mediana de 26 años. Es importante notar también que en el municipio se contabilizaban 190,434 viviendas particulares con un promedio de 3.8 ocupantes por vivienda, en las cuales todavía existe un 4.5% de viviendas con piso de tierra. De igual manera es de considerar que el 89.0 % de las viviendas tienen agua potable, 96.6% cuentan con drenaje, 98.7% tienen servicio sanitario y 99.4 cuenta con electricidad.

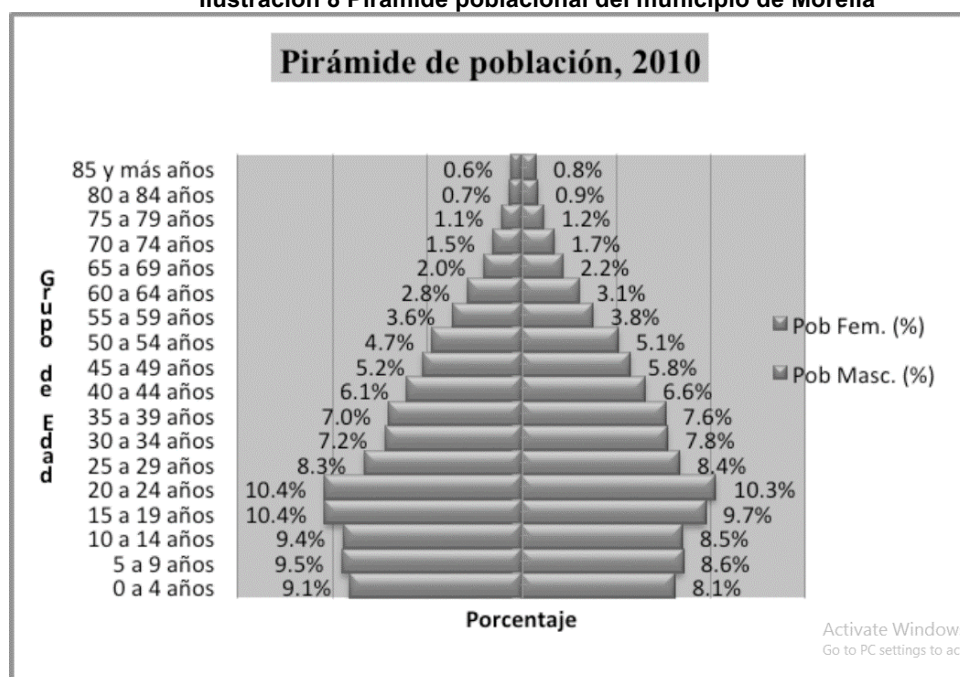
Ilustración 7 Población y vivienda del municipio de Morelia



Fuente: INEGI (2010).

Como puede apreciarse en la siguiente pirámide poblacional la parte más ancha de la pirámide se encuentra compuesta por la población joven en hombres y mujeres. La estructura demográfica moreliana tiende a ser expansiva, es decir, tiene una composición en su mayoría en edades jóvenes.

Ilustración 8 Pirámide poblacional del municipio de Morelia



Fuente: Censo de Población y Vivienda INEGI (2010).

b) Actividad económica

Tabla 5 Unidades económicas, personal ocupado y remuneraciones en el municipio de Morelia

Municipios	Unidades económicas		Personal ocupado total		Remuneraciones		Producción bruta total		Total de activos fijos	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total Michoacán de Ocampo	176 186	100.0	608 175	100.0	16 564 887	100.0	163 196 743	100.0	156 719 869	100.0
Morelia	35 355	20.1	160 329	26.4	7 369 644	44.5	51 353 178	31.5	67 596 569	43.1
Uruapan	16 903	9.6	64 763	10.6	1 810 657	10.9	12 018 411	7.4	5 890 663	3.8
Lázaro Cárdenas	7 261	4.1	35 993	5.9	1 286 940	7.8	55 503 545	34.0	53 028 347	33.8
Zamora	8 224	4.7	33 940	5.6	1 085 376	6.6	6 634 642	4.1	4 233 355	2.7
Hidalgo	6 667	3.8	19 019	3.1	295 574	1.8	1 653 129	1.0	1 255 634	0.8
La Piedad	4 760	2.7	18 995	3.1	528 829	3.2	3 636 276	2.2	1 717 978	1.1
Apatzingán	5 191	2.9	17 316	2.8	424 515	2.6	2 276 700	1.4	1 492 978	1.0
Subtotal	84 361	47.9	350 355	57.6	12 801 535	77.3	133 075 881	81.5	135 215 524	86.3
Resto municipios	91 825	52.1	257 820	42.4	3 763 352	22.7	30 120 862	18.5	21 504 345	13.7

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEGI (2010).

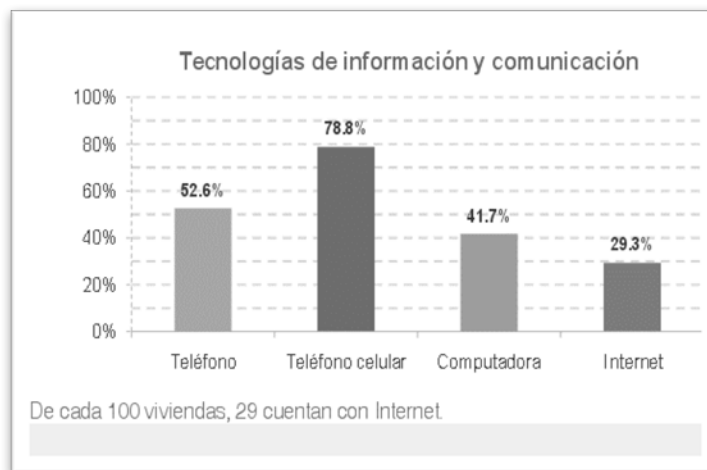
Por otro lado, Morelia reportó los mayores porcentajes de participación en el estado: 20.1% de unidades económicas, 26.4% de personal ocupado, 44.5% de remuneraciones y 43.1% de activos fijos. Los siete municipios más importantes de Michoacán, ordenados de acuerdo con la cantidad de personal ocupado, concentraron 57.6% de las personas empleadas, 77.3% de remuneraciones, 81.5% de la producción bruta total y 86.3% del total de activos fijos (INEGI, 2010).

De manera concreta se puede percibir que hay en el municipio de Morelia una PEA según en el censo INEGI (2010) de 55.4%, de los cuales estaban ocupados un 95.1%. Así también el 60.7% de la población tiene alguna derechohabiencia de algún servicio de salud.

c) Tecnologías de la información y comunicación

En cuanto a las tecnologías de la información en comparación con otras ciudades del país estaba rezagada según el censo INEGI (2010), pero ha estado en constante crecimiento y cada vez con costos más accesibles para la mayoría de la población.

Ilustración 9 Tecnologías de la Información en el municipio de Morelia



Fuente: INEGI (2010).

Cuando se busca el desarrollo local, se entiende que se debe procurar la calidad de vida de todos los pobladores de una localidad, para lo cual se deben integrar, la sociedad, las empresas, las instituciones para lograr la mayor competitividad desde lo

local hacia lo global. Por lo cual es absolutamente necesario que se reconozcan los recursos que se tienen en la geografía territorial, para disponerlos y usarlos de manera eficiente, sostenible y sustentable, en beneficio de toda la comunidad tanto en el presente como el futuro en armonía con el entorno físico y social.

Se ha podido observar en este análisis la riqueza geográfica de la ciudad de Morelia, desde su historia, su entorno físico y las grandes posibilidades del crecimiento económico. Queda pendiente que los actores del desarrollo local, antes mencionados, también consideren la diversidad de riqueza que contiene la geografía de la ciudad, para que con una planeación estratégica integral se proyecte el desarrollo local de esta ciudad, formando y aprovechando el recurso más valiosos que tiene una sociedad que es su gente, su CH.

d) Problemas económicos de las MIPYMES en Michoacán

En diversos medios de comunicación local, nacional e internacional se han escrito múltiples artículos que muestran las dificultades que enfrentan las MIPYMES en estado de Michoacán. También hay artículos de carácter científico que estudian y reafirman esas dificultades entre las que se pueden mencionar la violencia, las manifestaciones sociales como las marchas y plantones, las tomas de oficinas de gobierno y vías de comunicación, pero también los efectos de la economía global, entre otras estas son las más constantes y evidentes. Estas manifestaciones hacen que los inversionistas no tengan al estado de Michoacán como un destino para invertir sus capitales y busquen en otras regiones más estables del país; como resultado de la situación económica y social los egresados de diversas profesiones en muchas ocasiones no encuentran una oferta laboral apropiada a sus planes de estudios, teniendo que optar por migrar a otros estados y naciones en busca de oportunidades, y quienes buscan hacer un emprendimiento no pueden incorporarse en una economía más prospera, sino que tratan de generar sus empresas y hacerlas sobrevivir arrastrando las crisis sociales y económicas.

Las altas y bajas en la economía del Estado de Michoacán se han convertido en la constante como lo detalla en análisis del Colegio de Economistas del Estado de Michoacán de Ocampo (CEEM), que encuentra que los principales retos del estado son estructurales los cuales han impedido construir una economía sostenible capaz de generar empleo productivo. Con desempeños económicos irregulares, Michoacán no ha logrado registrar una tendencia estable en su comportamiento económico. En 1997 el Producto Interno Bruto Estatal (PIBE) en términos reales subió 10.7%, en 2002 bajó -1.7%, para 2007 aumentó 5.0%, en 2009 de nuevo desciende -6.1%, en 2014 incremento atípicamente 6.0%, en 2015 se desacelera y expresa un incremento marginal de 0.2%, en 2016 registró un rebote con un crecimiento de 3.7% y en 2017 un incremento mínimo de 1.6% (SECRETARIA DE ECONOMIA, 2018).

Aunado a lo anterior según la misma (SECRETARIA DE ECONOMIA, 2018), la crisis estructural de las finanzas públicas estatales manifestada por el gobierno de la entidad desde 2007, es otro factor que afecta fuertemente las condiciones económicas del estado y de las PYMES que desempeñan la actividad dentro del mismo y que ha incidido en el escaso e insostenible crecimiento económico registrado. Con un déficit presupuestario de 5 mil millones de pesos en 2016 y 3 mil 600 millones de pesos en 2017 de acuerdo a los datos difundidos por el CEEM.

Michoacán siempre ha aparecido como un estado generador de migrantes y en gran medida dependiente de las remesas de los mismos desde los Estados Unidos de América; ante la crisis de este país, México experimentó una caída del PIB en el 2009 del -6.5 por ciento convirtiéndose así en uno de los países más afectados por este fenómeno, Michoacán por su parte al ser el estado con mayor captación de remesas provenientes principalmente de Estados Unidos, país epicentro de esta crisis registro una pérdida de 324.1 millones de dólares en el 2009 respecto del año anterior; lo que conlleva a replantearse los ejes de política económica nacional y particularmente a evaluar las políticas públicas del estado de Michoacán, a fin de generar bienestar social evitando la fuerte dependencia en el país vecino (Navarro & Torres, 2011).

El estado de Michoacán se caracteriza por ser una de las entidades con mayor peso en el PIB agrícola, es decir, presenta una mayor vocación agrícola. Su participación al PIB agrícola nacional en 2006 fue 6.2%, en tanto que en 2012 fue de 6.5%, es decir, aumentó participación del PIB agrícola del estado a nivel nacional de acuerdo al (INEGI, 2014); sin mencionar que al sector primario se canaliza una menor proporción de la IED; o una mayor especialización hacia las actividades de este tipo (el PIB manufacturero pasó en 2006 de una participación a nivel nacional del 1.7% a 1.6% en 2010); a su vez, y citando lo siguiente como una referencia contrastante, en 2011 del total de la IED en el mundo solamente el 4.8% se canalizaba al sector agrícola, en tanto que el 36.3% de la IED era captada por el sector servicios, lo que indica que el sector agrícola en México no es tan atractivo para la IED como lo pudiera ser en otras latitudes del planeta (INEGI, 2014).

Las MIPYMES reciben una influencia directa del entorno social en que desarrollan sus actividades, siendo así las carencias sociales de la población pueden influir en la relación con el mercado laboral, la obtención de materias primas, y de los diversos recursos que son necesarios para sus actividades. En este contexto es importante saber las carencias sociales en que se encuentra el estado de Michoacán, que según el (CONEVAL, 2015), de las seis carencias sociales que conforman la medición de pobreza: el rezago educativo es de 27.2%, acceso a los servicios de salud de 23.1% , acceso a la seguridad social 70%, calidad y espacios de la vivienda 16.2%, acceso a servicios básicos en la vivienda 26.5% y de acceso a la alimentación 32%, para el periodo 2010-2015.

Otro dato que demuestra la difícil situación que enfrenta la población en estado de Michoacán, y que incide en el ambiente de las MIPYMES es el índice de pobreza laboral, que demuestra la cantidad de personas que con su ingreso no tienen la capacidad de adquirir la canasta básica de alimentos, aunque este índice ha disminuido de 40.6% a 38%, es decir disminuyó 2.6 puntos porcentuales, entre el cuarto trimestre de 2017 y el mismo periodo de 2018, es todavía un ambiente de mucha

pobreza pues 38 de cada 100 personas en la entidad no tienen aún la capacidad de siquiera adquirir los productos de la canasta básica.

Ya que se ha descrito el contexto del país, del estado de Michoacán y del municipio de Morelia, en varias dimensiones, desde lo económico, social, demográfico y geográfico, se puede pasar a una descripción del desarrollo local, las MIPYMES y el CE; para que después teniendo en cuenta estas conceptualizaciones se pueda hacer el análisis de esta tesis de manera objetiva.

CAPITULO II. EL CONTEXTO DEL DESARROLLO LOCAL, LAS MIPYMES Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO

2.1 DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

En una investigación como ésta, donde se pretende analizar el CH en las MIPYMES desde una perspectiva de desarrollo local, requiere entender a que se refiere la teoría del desarrollo en general y más concretamente la teoría del desarrollo local, y así determinar cual es la importancia del CH en relación a éste, y qué consideraciones se deben hacer para no quedarse en un plano de economía clásica o bien de administración científica, sino llegar a una análisis donde se procure el bienestar humano para todos los que integran una sociedad local.

La discusión sobre el concepto de desarrollo y de las formas de medirlo y evaluarlo ha generado una rica y diversa tradición de propuestas y enfoques, entre los que es posible identificar dos grandes corrientes correspondientes a dos etapas de la discusión. La primera se refiere sobre todo al crecimiento económico (aspectos cuantitativos de generación de riqueza y renta en el corto plazo) y la segunda, con una visión más amplia, considera la calidad y las condiciones de vida, además de las necesidades satisfechas. Esta segunda corriente es la que se identifica con los estudios sobre desarrollo y se ha ido consolidando en los últimos años al demostrarse que el crecimiento económico es necesario, pero no suficiente, para mejorar las condiciones de una comunidad, es decir, para elevar su desarrollo. En esta corriente resultan de particular interés las propuestas de desarrollo endógeno (Becattini, Fuá, Garofoli, Stöhr, Vázquez Barquero) y de desarrollo humano (Anand, Repetto, Sen) debido a las dimensiones de análisis que consideran para determinar el nivel de desarrollo de una comunidad, región o país (Martínez, 2008).

Como bien dice Vázquez Barquero (2007), la conceptualización del desarrollo económico evoluciona y se transforma a medida que lo hace la sociedad, a medida que los países, regiones y ciudades tienen que dar solución a nuevos problemas, a medida que las innovaciones y el conocimiento se difunden por las organizaciones económicas y sociales. Así sucedió con el planteamiento de Adam Smith y los clásicos

a partir del último tercio del siglo XVIII, en plena revolución industrial y en el momento en que se produce la formación y expansión de los mercados nacionales; así sucedió con Schumpeter a principios del siglo XX, cuando las invenciones y las innovaciones, que caracterizaron a la revolución eléctrica, provocaron una profunda reestructuración de la actividad productiva, y la integración económica se amplió con el aumento del comercio internacional, la intensificación de los flujos de capitales y la expansión de las empresas multinacionales.

Siguiendo con esta descripción de Vázquez Barquero (2007), hay que mencionar como en el último cuarto del siglo XX la cuestión aparece, de nuevo, en una nueva fase del proceso de formación e integración de los mercados y la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones. En el centro de la reflexión teórica está, como en el pasado, la cuestión del aumento de la productividad y los mecanismos que favorecen el progreso y la transformación productiva de las economías.

Después de la Segunda Guerra Mundial (SGM) se fue creando un cuerpo de doctrina diferenciado del desarrollo económico. Esencialmente, esta conceptualización del desarrollo se refiere a procesos de crecimiento y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar su nivel de vida y, en concreto, se proponen el aumento del empleo y la disminución de la pobreza (Vazquez Barquero, 2007).

Si bien hay muchas corrientes teóricas del desarrollo económico que se sucedieron, contrapusieron, complementaron o integraron a lo largo del siglo pasado, se hace alusión a algunas de ellas que describan significativamente la situación del desarrollo sobre todo en los pueblos de América Latina, entre los que México corría la misma suerte.

2.1.1 Modelo de crecimiento hacia adentro

En la descripción de Briseño (2006), analiza como durante décadas la CEPAL constituyó el centro de mayor prestigio en cuanto al análisis de los problemas de desarrollo económico de la región. La CEPAL diseñó y recomendó políticas que tuvieron gran recepción en la mayoría de los gobiernos latinoamericanos. Su propuesta, conocida también como el “estructuralismo latinoamericano”, surge en medio de un contexto internacional y regional que permitía la aparición de fuerzas sociales que promovían un modelo de desarrollo más autónomo para la región.

En primer lugar el estructuralismo rechazaba la teoría tradicional del comercio internacional pues, debido a la dualidad centro-periferia, los países de esta última tenderían a especializarse en la producción de bienes primarios de exportación hacia los países del centro, mientras éstos venderían sus manufacturas a la periferia. Prebisch alegaba que este patrón de intercambio de la periferia había provocado un deterioro en los términos de intercambio de su sector externo (Sunkel, 1970).

De acuerdo a Prebisch este desequilibrio entre el centro y la periferia podría corregirse mediante el desarrollo de un programa racional de industrialización, que permitiría aumentar la eficiencia productiva y acceder al avance técnico. Ésta debía acompañarse con una reforma de la legislación social, que permitiese elevar de forma gradual el salario real y se correspondiese con los incrementos en la productividad (Rosales, 1985).

2.1.2 Modelo de crecimiento hacia afuera

Briseño (2006), dice que el modelo de crecimiento hacia afuera se basa en una crítica general del modelo de planificación e industrialización dirigido por el Estado. La “nueva política económica”, condensada en el llamado “Consenso de Washington”⁶,

⁶ El término “Consenso de Washington” fue acuñado por Williamson (1990) para codificar las políticas de liberación económicas promovidas por las instituciones financieras internacionales como parte de su estrategia de reformas estructurales. Sin embargo, muy pronto su uso trascendió este significado e

parte de la premisa tradicional del pensamiento económico neoclásico según la cual el excesivo proteccionismo produce distorsiones en la estructura de precios lo que a su vez, causa una ineficiente asignación de los recursos y debilita la capacidad de inserción competitiva de esas economías en el mercado mundial. Por ello, el proteccionismo comercial y la regulación estatal en materia de precios y asignación de recursos producen a largo plazo, los costos elevados que afectan el desempeño económico de cualquier país. También indican que en la propuesta de este enfoque, una sana política económica debería basarse en el libre comercio y la desregulación económica. Políticas de este tipo inducirían a un uso más racional de los recursos y a estructuras de mercados y precios más racionales.

Sin embargo, uno de los aspectos más conflictivos de este modelo es su falta de interés en temas como la pobreza y la desigualdad, situación que se ha agravado en el mundo globalizado. Para autores como Amartya Sen, la cuestión de la desigualdad se relaciona con la globalización en dos formas distintas, en primer lugar, está la cuestión crucial de cómo compartir las ganancias de la globalización entre países ricos y países pobres y entre los diferentes grupos al interior de un país; en segundo lugar, además de la cuestión de la distribución de los beneficios de la globalización se mantienen la demandas de justicia que reclaman superar el orden económico desigual que caracteriza al mundo contemporáneo como resultado del pasado postcolonial. En este sentido señala Sen, que aunque el crecimiento económico impulsado por el mercado es un factor que puede contribuir a superar estas inequidades, existen problemas como las enfermedades previsibles, mortalidad prematura, creciente analfabetismo, exclusión social, inseguridad económica y falta de libertad política que no pueden ser resueltas sólo por los mecanismos del mercado (Sen, 2002).

incluso la intención de su autor, para pasar a emplearse como sinónimo de “neoliberalismo” (Ocampo, 2005).

2.1.3 Modelo de crecimiento desde dentro.

Desde mediados de la década de los ochenta ha surgido en el seno de la CEPAL un nuevo enfoque de desarrollo que tomando en cuenta las experiencias de varias décadas de sustitución de importaciones propone políticas económicas alternativas al modelo de desarrollo hacia adentro, sin subordinarse por ello al modelo de apertura propuesto por el pensamiento neoliberal, la expresión «desarrollo desde dentro» ha sido acuñada para describir este nuevo modelo. Se trata de un esfuerzo creativo interno para crear una estructura productiva que sea funcional a las carencias y potencialidades propias de cada país. De acuerdo a esta propuesta, se debe comenzar por establecer industrias consideradas pilares fundamentales para crear «un núcleo endógeno básico» para un proceso de industrialización, acumulación, generación y difusión del progreso técnico e incremento de la productividad (Sunkel, 1995).

En esta estrategia de desarrollo desde dentro juega un papel primordial la promoción de capital social. Diversos autores han formulado concepciones en torno a la figura del capital social asociado a la cultura y al desarrollo en una suerte de movimiento global que se afianza en los valores como la solidaridad, confianza, tolerancia, reciprocidad, rechazo a la desigualdad, injusticia, grado de asociatividad y el nivel de conciencia cívica entre los individuos para el beneficio mutuo (Putman, 1994).

Después de esta breve mención de algunas propuestas de desarrollo, sirve la propuesta del modelo de crecimiento desde dentro, para introducirse en las teorías del desarrollo local. Teniendo en cuenta que es a partir de estas teorías ya descritas y este contexto analizado en el cual surgen las propuestas del desarrollo local, para el que es indispensable generar y aprovechar un CH propio.

2.2. PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO SOCIAL

2.2.1 Conceptos y Modelos de Desarrollo

El desarrollo ha sido un tema preferentemente analizado desde la óptica de la ciencia económica, siendo concebido como sinónimo de crecimiento económico. Sin embargo, como señala Bunge, este es un punto de vista unilateral y por lo tanto erróneo (Bunge, 1985). El desarrollo es un proceso complejo que comprende elementos biológicos, económicos, políticos y culturales que deben analizarse desde una perspectiva sistémica. Por otra parte, tampoco es correcto asimilar el desarrollo y el subdesarrollo como un sólo proceso. Éstos deben distinguirse y relacionarse entre sí, en lugar de confundirlos o sostener dogmáticamente que algunos de ellos (por ejemplo el económico) es el dominante, al cual están subordinados los demás (Bunge, 1985).

Esto tiene dos importantes consecuencias para el estudio del desarrollo. En primer lugar, todo modelo o plan de desarrollo debería considerar estas variables mencionadas. En segundo lugar, una visión sistémica del desarrollo permite aseverar que no existe un único indicador de desarrollo, ni siquiera una batería de indicadores del mismo tipo, por ejemplo económicos. Un indicador fidedigno de desarrollo no puede ser un número único (tal como el PIB) sino un vector con componentes biológicos, económicos políticos y culturales de diverso tipo: dominantes o débiles, relativos o absolutos, aislados o sistémicos, descriptivos o normativos (Bunge, 1985).

Por otro lado según Seers, el punto de partida de una discusión acerca del desarrollo es reconocer que el “desarrollo” es un concepto normativo, lleno de juicios de valor. Él mismo se pregunta acerca de la fuente de tales juicios de valor, rechazando la posición de *Tinbergen* (el gobierno) tanto como la propuesta implícita en la teoría de la modernización social (copiar el sendero de desarrollo de otros países) y también rechaza un liberalismo a ultranza que implicaría la permisividad para que cada individuo introduzca sus propios juicios de valor. Seers apunta a la alimentación, como una necesidad absoluta (inmediatamente traducida a pobreza y a nivel de ingreso).

Una segunda condición básica para el desarrollo personal es el empleo y la tercera, es la igualdad entendida como equidad, aquí por tanto, ya se introduce un elemento subjetivo e intangible puesto que el concepto de equidad tiene tales dimensiones (Boisier, 2015).

2.2.2 Desarrollo Regional

La economía regional ha conocido una importante renovación en sus enfoques analíticos a lo largo de las últimas décadas. De modo que se ha descartado algunas de las anteriores explicaciones referidas al desarrollo económico regional, al tiempo que se ofrecían otras nuevas. Entre estas últimas destaca especialmente el enfoque del desarrollo endógeno y local. Este enfoque además de ofrecer una explicación a parte de los nuevos procesos económicos regionales, también se caracteriza por incorporar algunas variables que hasta la fecha eran ignoradas (Furió, 1994).

Como describe el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), después de la SGM, las políticas de desarrollo regional se caracterizaron por la aplicación de un modelo de crecimiento cuantitativo basado en una rígida división internacional del trabajo que, además de incidir negativamente en la cualificación de la fuerza de trabajo de las zonas periféricas, implicó una fuerte especialización en actividades tradicionales altamente expuestas a las crisis, así como la concentración en las zonas centrales de las funciones y las decisiones claves (ILPES, 1998).

De igual manera en esta evolución el ILPES (1998), señala que en el modelo antes mencionado no cabían los aspectos sociales, políticos y ecológicos que en este momento son determinantes, no existía prácticamente ninguna consideración sobre la capacidad de innovación regional ni sobre los aspectos cualitativos de los mercados locales de trabajo, por lo que se produjo una clara subutilización de los recursos regionales.

Pero después de la crisis de los 70 del siglo XX, el dramático descenso de los niveles de crecimiento económico que provocó la crisis junto con el agotamiento de los mercados de productos tradicionales, los cambios en la demanda mundial y la acelerada aparición de nuevas tecnologías y productos hicieron que, frente a la teoría del crecimiento por el crecimiento que caracterizaba a la etapa anterior, aumentara también la preocupación por los recursos naturales, la mejora del medio ambiente y en general por todos aquellos aspectos relacionados con la calidad de vida (ILPES, 1998).

Las respuestas fueron primero macroeconómicas, pero cada vez más a partir de los 80 se empezaron a derramar propuestas con enfoques de territorios regionales y locales.

2.2.3 Relación entre espacio, región y territorio

En función de entender la adjetivación de local dada al desarrollo, es necesario entender primero otros conceptos relacionados a este adjetivo, como son el espacio, la región y el territorio. Para aclarar la relación que hay entre estos tres conceptos en primer lugar se cita a Vázquez Barquero (2007), quien indica que la interpretación del desarrollo es una visión territorial que se apoya en la idea de que cada comunidad local se ha ido formando, históricamente, en función de las relaciones y vínculos de intereses de sus grupos sociales, de la construcción de una identidad y de una cultura propia que la diferencia de las otras comunidades. El territorio puede entenderse, por lo tanto, como el entramado de intereses de todo tipo de una comunidad territorial, lo que permite percibirlo como un agente de desarrollo, siempre que sea posible mantener y desarrollar la integridad y los intereses territoriales en los procesos de crecimiento y cambio estructural.

En segundo lugar el ILPES, tiene la concepción de que el espacio y territorio pueden ser conceptos sinónimos, ya que al proponer el desarrollo territorial supone que la dimensión territorial ha cobrado gran importancia y es central para que el proceso de desarrollo resulte realista, sobre todo si se tiene en cuenta que el espacio

no es un mero soporte físico de las actividades y procesos económicos, sino que es donde toma cuerpo la organización concreta y específica a cada lugar de las relaciones sociales y técnicas de la producción (ILPES, 1998).

Así también es de notar que para el ILPES el territorio es un espacio que puede ser local, regional o más amplio, y considera que podría decirse que el territorio, a partir de sus propios recursos y potencialidades, ha pasado a jugar un papel determinante en el proceso de desarrollo endógeno local y regional, constituyéndose en un recurso más (ILPES, 1998) .

Silva (2012), al desarrollar un manual de la CEPAL para desarrollar estrategias de desarrollo local explica que para realizar un diagnóstico es importante delimitar el territorio, tanto conceptualmente como en su condición de objeto de estudio. Una primera y sencilla aproximación lo definiría desde las siguientes dos perspectivas:

- En tanto que división político administrativa, correspondiente a un nivel descentralizado del estado (provincias, departamentos, regiones, etc.).

- En tanto que espacio socio-relacional, en el que conviven e interactúan una serie de características en común o condiciones propias, en diferentes ámbitos aislados o relacionados entre sí, y que se pueden enunciar como:

- La existencia de una base de recursos naturales específica.
- Una identidad particular (historia y cultura local).
- Relaciones sociales, institucionales y formas de organización propias.
- Determinadas formas de producción, intercambio y distribución del ingreso.

En este enfoque los diferentes actores territoriales tienen un sentido de pertenencia y de participación en el territorio, y suelen tener como objetivo común el mejorar su calidad de vida.

De igual manera en las consideraciones de Silva (2012), la vocación territorial se debe tener en cuenta para la elaboración de planes de desarrollo local y consiste en la definición de un conjunto de elementos, que constituyen los mínimos comunes que la comunidad acuerda, que son característicos y que deben estar presentes en el territorio y que, por lo tanto, se desea desarrollar. La vocación permite definir las grandes orientaciones o principios que sirven de base y guían la definición de los objetivos, estrategias y actividades.

2.2.4 Desarrollo Endógeno

Siguiendo con las propuestas que van más allá del desarrollo económico y procuran llegar a propuestas que alcancen la calidad de vida de todos los individuos de la sociedad, se hace notar la propuesta del desarrollo endógeno. En las últimas dos décadas se ha asistido a un importante cambio en la conceptualización del desarrollo económico. Frente a la visión del desarrollo exógeno, de carácter redistributivo, que incentivaba la atracción de capitales y empresas externas para impulsar el crecimiento económico de las regiones periféricas, se ha ido abriendo camino la aproximación del desarrollo endógeno que considera que las economías de las regiones y localidades pueden crecer utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio (CEPAL, 2000).

Por otra parte Vázquez Barquero (1988) en CEPAL (2000), afirma que se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno. Aquí se percibe también la relación tan estrecha que existe entre los conceptos de desarrollo local, territorial, y endógeno sin que haya una precisión de la jerarquía de estos conceptos, sino que se pueden entender como adjetivos de una misma realidad.

Siguiendo con las propuestas de Vázquez Barquero (2007), se puede mencionar que el desarrollo endógeno es una interpretación que analiza una realidad compleja, como es el desarrollo de países, regiones y ciudades, que incluye diferentes visiones, que comparten una misma lógica teórica y un mismo enfoque de la política de desarrollo. Se trata de una aproximación territorial al desarrollo, que hace referencia a los procesos de crecimiento y acumulación de capital de una localidad o un territorio, que tiene cultura e instituciones que le son propias y en las que se basan las decisiones de ahorro e inversión. Desde esta perspectiva, las iniciativas de desarrollo local se pueden considerar como las respuestas de los actores públicos y privados a los problemas y desafíos que plantea la integración de los mercados en la actualidad.

2.2.5 Desarrollo Humano

Otra propuesta teórica en el mismo sentido de la descrita anteriormente es el desarrollo humano, como una interpretación que pone al hombre en el centro del desarrollo ya que las transformaciones y cambios de la economía y la sociedad se producen gracias a sus capacidades, y específicamente gracias a las capacidades creativa y emprendedora, además, el desarrollo cobra sentido cuando el hombre es su beneficiario. Esto permite tratar la cuestión de la pobreza de una forma más eficaz ya que a pesar de que los recursos económicos sean reducidos, las capacidades humanas se pueden utilizar y desarrollar con lo que se mejoraría el bienestar de la población (Vazquez Barquero, 2007).

2.2.6 Relación entre Desarrollo Local y Desarrollo Regional

La relación de estos enfoques se encuentra en Boisier (2015), quien se hace una pregunta ¿cuál es la diferencia entre lo local y lo regional?. Y menciona que hay que responder diciendo que la diferencia entre ambos conceptos reside en una doble cuestión escalar. Por un lado, se trata de una escala territorial en la cual en distintos segmentos de ella se ubican tanto lo local como lo regional, aunque no hay ninguna regla matemática que marque el límite. Luego sugiere que otra importante

diferenciación entre lo local y lo regional reside en la distinta importancia relativa de los actores individuales y corporativos o institucionales en uno u otro caso.

2.2.7 Críticas a la idea del desarrollo

En cuanto al desarrollo local, como dice Furió (1994), no ha conseguido librarse de las acusaciones de autarquía⁷. Al admitir de entrada la posibilidad de que se solucionasen localmente las necesidades a través de la producción, el desarrollo local dejaba creer que se podía vivir al margen o, incluso, fuera de la división internacional del trabajo con todo lo positivo que ésta implica.

A este sesgo autárquico corresponde un sesgo rural. La cuestión de una cierta protección frente a los problemas de la división internacional del trabajo y de un cierre local de la economía corresponde mejor, de entrada, a medios rurales que a medios urbanizados, en los que resulta difícil protegerse de la división internacional del trabajo. Este planteamiento en favor de lo “rural” y en detrimento de lo “urbano” no ha contribuido a reforzar el carácter innovador del desarrollo local (Furió, 1994)

Otra idea de crítica al desarrollo local y regional de Furió (1994), es que indica que hay una falta de un mínimo de articulación entre el ámbito local y el ámbito nacional. En muchas ocasiones se ha pensado que es posible el desarrollo local al margen de las regulaciones definidas a nivel nacional. Es cierto que en algunas de las modalidades de regulación estatales se muestran ineficientes para resolver ciertos problemas; pero que estas esferas deban ser cubiertas por una regulación regional o local es una cuestión abierta para la cual todavía no se tiene respuesta.

Se ha descrito cómo se ha llegado a gestar la idea del desarrollo local en relación a otras corrientes y teorías y por fin se puede entender que el concepto de base del desarrollo local es la idea de determinar, por un lado, cual es el potencial de recursos con el que se cuenta y, por otro lado, cuáles son las necesidades que se requiere satisfacer de las personas, de las comunidades, de las colectividades, de los

⁷ Autarquía es la política de Estado que intenta bastarse con sus propios recursos. (RAE, 2016)

municipios, y de la sociedad en su conjunto (Silva, 2012). Ya se entiende a que se refiere la perspectiva del desarrollo local, pero ahora se hará también una descripción de otra variable que interviene en esta investigación, esa es las MIPYMES.

2.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES

Es realmente importante tener en cuenta a las MIPYMES como entidades propias para el desarrollo local y el aprovechamiento y generación del CH, ya que como menciona Albuquerque (2004), una cuestión crucial para impulsar el desarrollo económico local es la construcción de una oferta territorial apropiada de servicios de desarrollo empresarial para MIPYMES: entre otros, servicios de información tecnológica y de mercados, de innovación de productos y procesos productivos, de capacitación técnica y gestión empresarial, de cooperación entre empresas, de comercialización y control de calidad, y de asesoramiento financiero. Tales servicios son siempre de difícil acceso para las microempresas y pequeñas empresas en sus diferentes localizaciones en el interior del país.

2.3.1 Conceptos y tipos de empresas

Cuando se quieren clasificar las empresas siempre se cuenta con un grado de heterogeneidad de la situación de las MIPYMES en América Latina. Así, se puede afirmar que en los países de la región se aplican diversos criterios para definir a las empresas: empleo, ventas, activos y otros. En varios países existe más de un criterio (y, por tanto, más de una definición). Sin embargo, las definiciones se basan con más frecuencia en el empleo (ocho países), las ventas/ingresos (seis países) y los activos (cuatro países). Además, algunos países hacen diferencias en la definición, dependiendo de si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios. Inclusive, hay países en los que las definiciones varían según la institución que las establece y por lo tanto, cada institución aplica la propia para formular sus políticas de fomento (Zevallos, 2003).

Tabla 6 Definiciones de las empresas

	Criterios	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
Argentina ^a	Ventas	Hasta 0.5	Hasta 3	Hasta 24	Más de 24
Bolivia ^b	Empleo	Hasta 10	Hasta 19	Hasta 49	Más de 49
Chile ^c	Ventas	Hasta 2 400	Hasta 25 000	Hasta 100 000	Más de 100 000
Colombia ^d	Empleo	Hasta 10	Hasta 50	Hasta 200	Más de 200
Costa Rica ^e	Empleo	Hasta 10	Hasta 30	Hasta 100	Más de 100
El Salvador ^f	Empleo	Hasta 4	Hasta 49	Hasta 99	Más de 99
Guatemala ^g	Empleo	Hasta 10	Hasta 25	Hasta 60	Más de 60
México ^h	Empleo	Hasta 30	Hasta 100	Hasta 500	Más de 500
Panamá ⁱ	Ingresos	Hasta 150 000	Hasta un millón	Hasta 2.5 millones	Más de 2.5 millones
Venezuela ^j	Empleo	Hasta 10	Hasta 50	Hasta 100	Más de 100

Fuente: Elaboración de las unidades de entorno de la red FUNDES con datos emanados de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (sepyme) de Argentina; el Viceministerio de Microempresa, Ministerio de Trabajo (Bolivia); la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), de Chile; la Ley mipyme de julio de 2000 (Colombia); el Ministerio de Economía (Costa Rica); la Dirección General de Estadística y Censos (El Salvador); el Instituto Nacional de Estadística, la Cámara de Comercio y Promicro (Guatemala); el Consejo Nacional para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (México), la Ley 33 y la Ley 8 del año 2000 (Panamá), y la Oficina Nacional de Estadística e Información (Venezuela).

^a En millones de pesos. Definición para manufactura. Además hay otras para el comercio y los servicios, también por ventas anuales.
^b Existen varios criterios: por empleo, por ventas y por activos. Sin embargo, la definición oficial se basa en el empleo.
^c En unidades de fomento (UF). Una UF equivale aproximadamente a 24 dólares. También existe otra definición, por empleo.
^d Existen dos definiciones: por empleo y por activos.
^e Existen otras definiciones por inversión y por ventas anuales.
^f Las definiciones oficiales son por empleo y por activos (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE).
^g Definición del Instituto Nacional de Estadística. Hay otras dos más, la de la Cámara de Comercio y la de Promicro (todas ellas se basan en el empleo).
^h Definición para la manufactura. Además hay otras para el comercio y los servicios, también basadas en el empleo.
ⁱ En balboas o dólares (paridad uno a uno).
^j Definición únicamente para la manufactura. No hay definiciones para el comercio o los servicios.

Fuente: Zevallos, (2003).

Según Zevallos (2003), el término “empresa media” fue acuñado en México para colocar en un solo grupo a las PYMES y a aquellas microempresas que se denominan “con opción de desarrollo”. Esta nueva clasificación profundiza la forma común de dividir las microempresas entre las de subsistencia y aquellas con opción de desarrollo, utilizando como único criterio el número de trabajadores que laboran en ellas. Si bien la variable número de trabajadores da una idea cuantitativa de la microempresa, no entrega ningún indicio sobre sus características cualitativas. Es preciso entonces incluir factores que reflejen la actitud empresarial.

2.3.2 Importancia de las MIPYMES en México

Según el Diario Oficial de la Federación (DOF) (2006) se definen MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y publicada en el DOF, partiendo de la siguiente tabla:

Tabla 7 Estratificación por Número de Trabajadores

Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario Oficial de la Federación (2006).

Se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales.

Para hacer notar la importancia de las MIPYMES en México se puede recurrir a lo expresado por Zevallos (2003), que a este respecto dice que las condiciones que generaron el interés por las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en América Latina hace más de una década no sólo no han cambiado significativamente, sino que en muchos casos se han agudizado por la presencia de nuevos elementos que han de considerarse en el escenario económico internacional (el desarrollo de nuevas tecnologías, el proceso de internacionalización y otros). Además, las recurrentes crisis económicas en varios países de la región han afectado de diversa manera el desempeño de estos estratos empresariales. Lo anterior ha servido tanto para resaltar la importancia de las MIPYMES como generadoras de empleo y promotoras de avances en el entorno local, como por su potencialidad de convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa. Pero más allá de estas consideraciones, la vocación local de las MIPYMES desde su origen y las exitosas experiencias de los sistemas de producción basados en ellas (tanto en su relación con grandes empresas como en sus relaciones recíprocas a nivel local) muestran lo que se puede lograr con ellas en términos de crecimiento económico y redistribución del ingreso.

Las MIPYMES constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del INEGI (2014), en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil

unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país.

Por otro lado PROMEXICO (2016), explica de manera amplia la importancia de las MIPYMES para el país y menciona que a través de la tecnología en internet, podemos observar que existen cifras de las dos formas de surgimiento y clasificación de las mismas. Por un lado aquellas que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo en dinero remunerado. Éstas, en su mayoría, son capital transnacional y se desarrollaron dentro del sector formal de la economía. Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión, a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Según estimaciones de PROMEXICO (2016), se pueden mencionar algunas de las ventajas de las MIPYMES:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- Absorben una porción importante de la PEA, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

Algunas desventajas de las MIPYMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Para México las PYMES, son un eslabón fundamental, indispensable para el crecimiento de México. Cuenta con una importante base de micro, pequeñas y medianas empresas, claramente más sólida que muchos otros países del mundo, debe aprovecharla para hacer de eso una fortaleza que haga competitivo al país, que se convierta en una ventaja real para atraer nuevas inversiones y fortalecer la presencia de productos mexicanos tanto dentro como fuera de la nación (PROMEXICO, 2016).

2.3.3 Las MIPYMES en el desarrollo local

Se puede percibir la importancia de las micro y pequeñas empresas para el desarrollo en la postura de la CEPAL (2000), que afirma que se ha reconocido que los sistemas locales de empresas juegan un papel relevante en los procesos de crecimiento y cambio estructural, dado que, igual que las grandes empresas, impulsan la formación de externalidades y por lo tanto, rendimientos crecientes y desarrollo económico. Además, las iniciativas locales se han convertido en una de las formas

preferentes de la política de desarrollo, fortaleciendo los factores inmateriales del desarrollo y la organización del territorio, que los procesos de ajuste y reestructuración productiva necesitan.

Cuando en muchas ocasiones se asimila el desarrollo local con el dinamismo de las pequeñas empresas, se olvida que estas unidades han existido siempre y un efecto óptico antes que la propia realidad conduce a convertir a la pequeña empresa en el elemento de mayor eficacia del desarrollo. Siempre han existido huecos que las grandes empresas dejaban vacantes y en los que los pequeños empresarios podían encontrar una oportunidad. Por consiguiente, la verdadera pregunta consiste en saber si estos huecos son más numerosos en la actualidad que en el pasado, si los pequeños pueden entrar en éstos más fácilmente ahora como no sea bajo el control de las grandes empresas en el marco de lo que se denomina "integración vertical" (Leborgne y Lipietz, 1988 en Furió (1994)).

También Furió (1994), indica los beneficios de la reflexión sobre la importancia de las MIPYMES para el desarrollo pues dice que la aproximación del desarrollo no sólo conduce a examinar mejor la dimensión productiva y sus condicionantes de eficacia, sino que permite estudiar *a priori* más detenidamente cierto número de mutaciones tecnológicas y deducir sus efectos en el territorio y, también, otros aspectos hasta ahora olvidados y que son consustanciales para el desarrollo local.

Para el ILPES el desarrollo local tiene entre sus objetivos principales el desarrollo de empresas locales, donde se trata de fomentar la creación de un clima social, financiero, político, físico y medioambiental que favorezca la promoción de actividades económicas locales mediante la detección y fomento de creadores de empresas, ayudas al desarrollo de las MIPYMES con futuro, acciones en favor de las relaciones empresariales, promoción tecnológica y ayuda a la formación.

Queda definida la importancia de las MIPYMES para el desarrollo local, pero es necesario especificar la esencia del comercio electrónico, y como se puede ubicar éste

dentro de las empresas y favorecer el uso y generación de CH y así contribuir al desarrollo local.

2.4 EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DESARROLLO LOCAL

2.4.1 Historia del comercio electrónico

La historia del comercio electrónico es una historia de apenas unas cuantas décadas, pero con un dinamismo acelerado, que convierte muchos datos y estadística en algo obsoleto en poco tiempo, a veces en el mismo año. Sin embargo se indican a continuación algunos datos generales que marcan el desarrollo de este fenómeno.

Respecto al comercio electrónico se suelen considerar en 4 generaciones. Respecto a la Primera Generación: en el año de 1993 las grandes empresas perciben la importancia y comienzan a crear sus sitios web, primero de una manera en la que solo hablan de su negocio, posteriormente empezaron a realizar catálogos en la red, las páginas son estáticas y el modo de comunicación consistía en un formulario que contactaba a través del correo electrónico. Por otra parte, en la Segunda Generación, las empresas ya vieron la posibilidad de emplear páginas web para sus negocios surgen los centros comerciales virtuales, que consisten en una infraestructura de una tienda virtual e incluso rentaban espacios para otras tiendas que estuviesen interesadas en dar a conocer sus productos, en cuanto al medio de pago se realizaba a través de tarjetas electrónicas las cuales consisten en transferencias de dinero a través de una tarjeta bancaria en la red. En la Tercera Generación, se pretende automatizar el proceso de selección y el envío de datos acerca de los productos comprados, surgen las primeras implementaciones de bases de datos junto con aplicaciones web dinámicas y de fácil interacción con el usuario, surge la publicidad “el *marketing* en la red” y aparecen los primeros protocolos de pago seguro a través de las tarjetas electrónicas. Y en la Cuarta Generación, el contenido ya es completamente dinámico generado a partir de una aplicación *web* a partir de datos suministrados por un sistema de base de datos, se cuida el diseño y aspecto del sitio empleando diseñadores gráficos especializados en su creación e informáticos para a

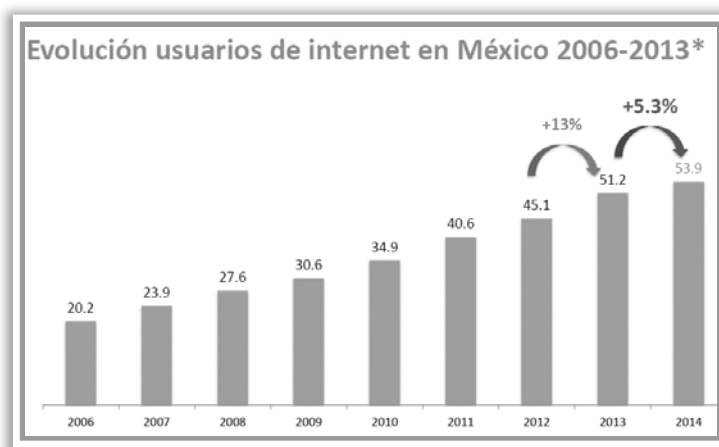
programación del sitio web, se mejora la seguridad en el sitio y se implementan diversos nuevos mecanismos de seguridad (Seoane, 2005).

2.4.2 Comercio Electrónico en México

Según Gariboldi (1999), el desarrollo de Internet a finales de los años sesenta y el perfeccionamiento de sus servicios desde la aparición de la red de redes en los años ochenta, se constituyeron en los pilares básicos para el despegue del comercio electrónico.

El comercio electrónico es un fenómeno cuyo desarrollo más general se ha dado principalmente en lo que va de este siglo, con un crecimiento constante y cada vez mayor como muestra la siguiente gráfica, en el caso de México hasta el año de 2014.

Ilustración 10 Evolución de usuarios de internet en México 2006-2014

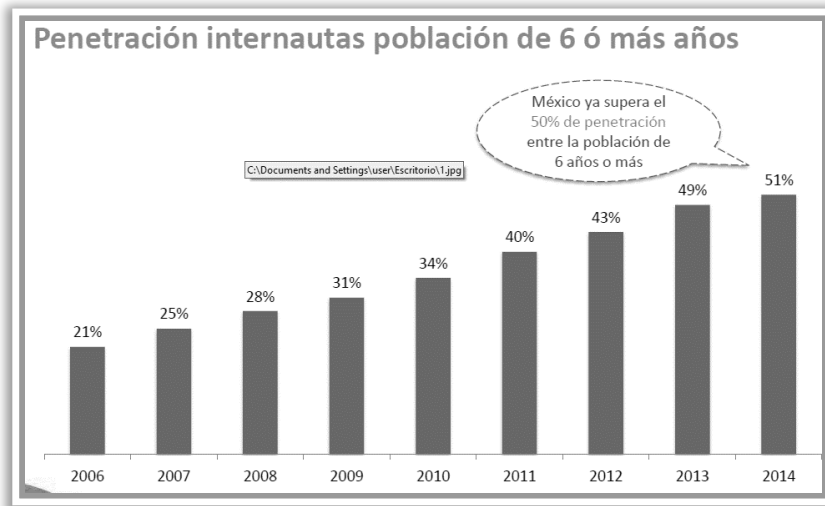


Fuente: Cifras en millones calculadas por la AMIPCI, con base en información del INEGI e IFETEL (2014).

Por lo que se puede ver en la gráfica anterior, se muestra que en menos de diez años las ventas por causa del comercio electrónico en el país se han triplicado.

En la misma línea, en la investigación de la AMIPCI (2014), también se indica que el acceso del internet para el 2014 ya era mayor al 50% de la población de 6 años y más. Por lo cual se da una de las condiciones para la que se incentive el comercio electrónico en el país.

Ilustración 11 Penetración internautas población de 6 o más años 2006-2014

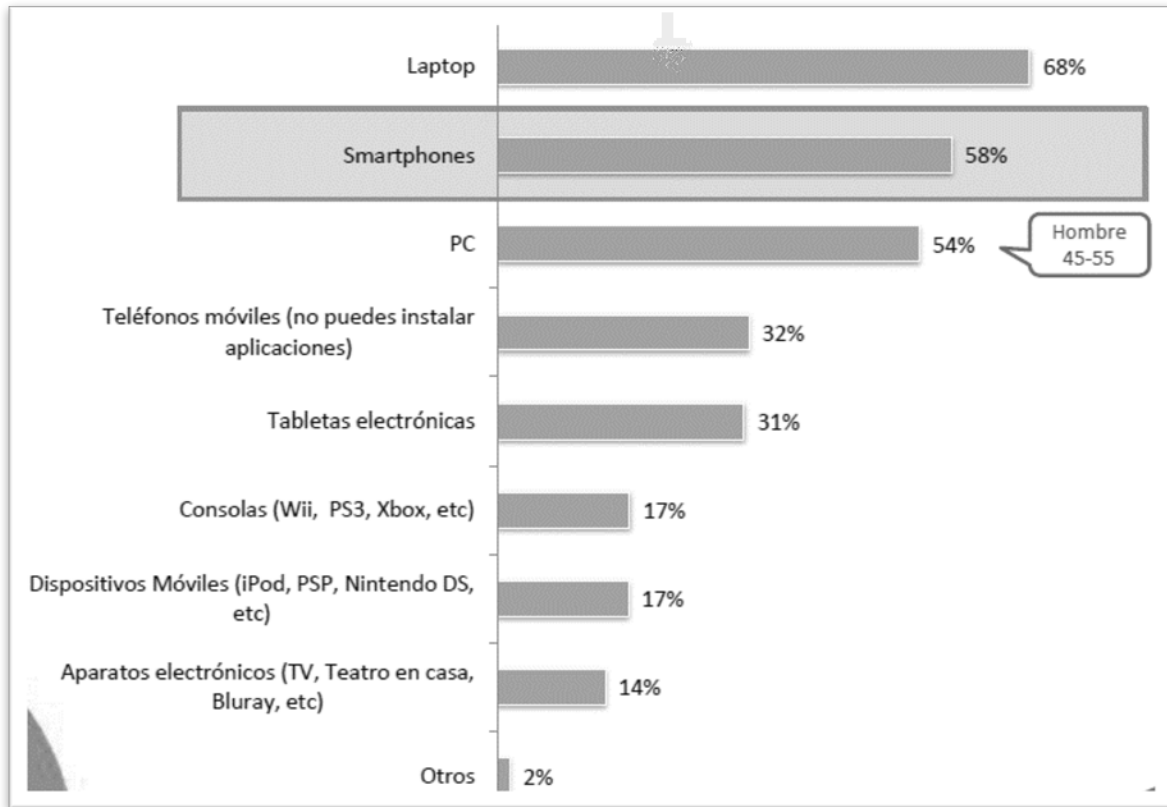


Fuente: AMIPCI con datos del INEGI e IFETEL (2014).

Otro factor que hace posible el comercio electrónico en el país es el acceso a dispositivos por medio de los cuales los internautas pueden conectarse a internet. Esto lo demuestra la gráfica siguiente, en la cual se ha pasado de usar solamente la computadora a una gran variedad de dispositivos que posibilitan la conexión.

La AMIPCI (2014), menciona que *laptops*, *smartphones* y tabletas son los principales dispositivos que han aumentado la penetración de acceso a internet. El Pc o *desktop* es el único dispositivo que ha perdido presencia. Los dispositivos menos habituales para conectarse (consola, TV u otros aparatos móviles) mantienen los mismos niveles de 2014, sin crecer significativamente todavía.

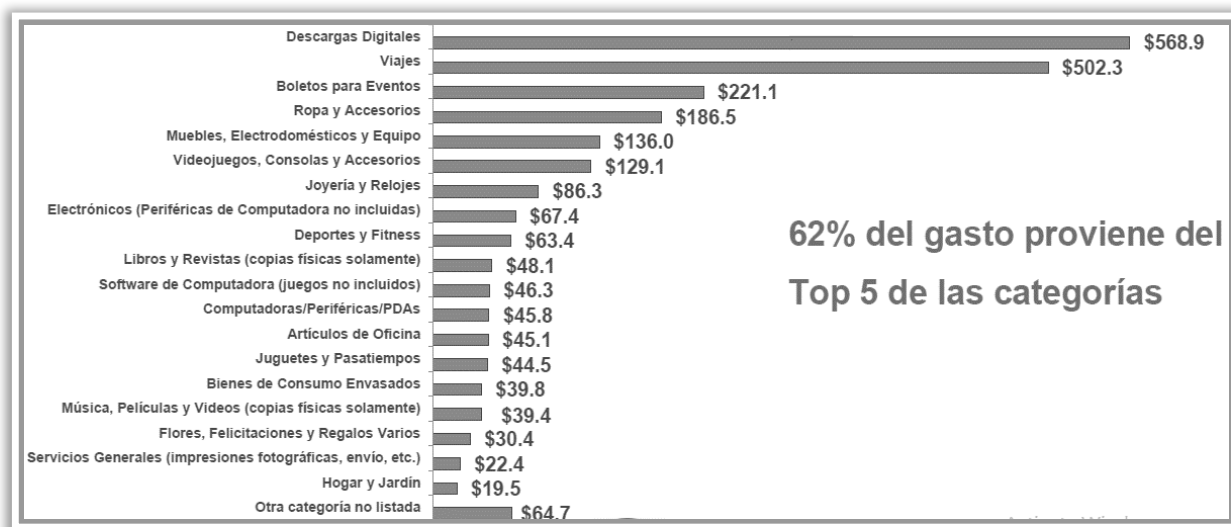
Ilustración 12 Dispositivos de conexión en México



Fuente: AMIPCI(2014).

Es significativo también hacer una consideración de la diversidad de productos que son objeto del comercio electrónico, y que se describe muy bien en la siguiente ilustración. El contenido digital descargado por medio de dispositivos móviles fue la categoría más alta en gastos estimado, seguido por viajes y boletos de eventos AMIPCI (2014). Sin embargo este fenómeno tiene una variación constante y hay muchos sectores que son áreas de oportunidad para el desarrollo de este tipo de comercio.

Ilustración 13 Estimado del \$ Gastado en Dispositivos Móviles (en Millones) – Junio 2014



Fuente: Custom Research comScore (2014).

2.4.3 El concepto de comercio electrónico

Siendo el comercio electrónico una característica que definirá a las empresas que serán objeto de esta investigación, se considera ineludible definir este concepto, para entender a que se refiere este fenómeno.

El comercio electrónico se puede definir como la compra-venta de productos y servicios a través de sistemas electrónicos, principalmente Internet ADIGITAL (2012). Mientras que Gariboldi (1999), menciona en cuanto a este concepto que toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales.

En la idea de la AMIPCI (2014), el internet ha venido a revolucionar la vida del hombre, lo que le ha permitido hacer innovaciones en la manera de llevar a cabo ciertas actividades como por ejemplo, el comercio; a esta combinación de Internet y comercio se le ha dado por nombrar de varias formas como por ejemplo, "*Internet Commerce*",

"*Web Commerce*", entre otras, pero todos englobados bajo el nombre genérico de Comercio Electrónico "*Electronic Commerce (EC)*".

Por otro lado se puede tener también una definición de la PROFECO (2016), el comercio electrónico es definido por los estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación. Representa una gran variedad de posibilidades para adquirir bienes o servicios ofrecidos por proveedores en diversas partes del mundo.

Por su parte la AGESIC (2013), dice que el comercio electrónico se suele definir popularmente como "hacer compras por Internet". Sin embargo, una definición más completa y precisa sería aquella que enfatiza el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (especialmente internet y la *web*) en las operaciones comerciales de compra venta de bienes y servicios entre agentes económicos, respetando los estándares y las normas de seguridad y privacidad recomendadas.

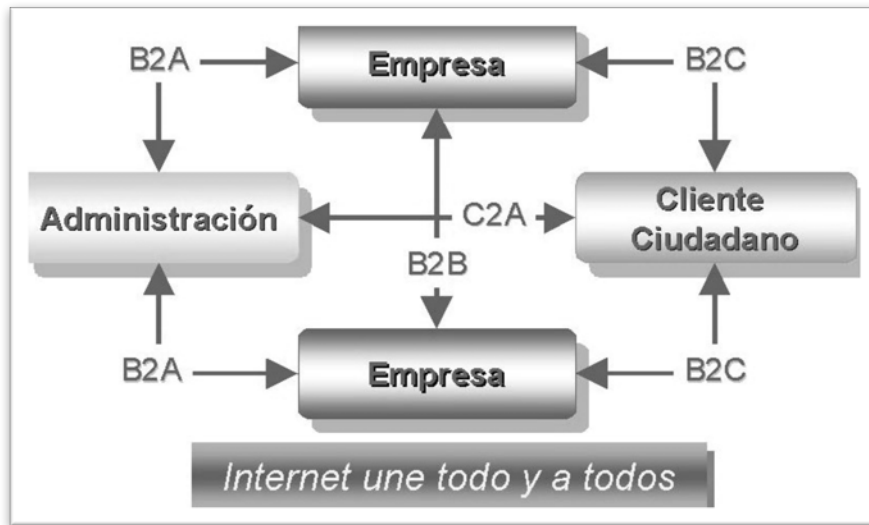
2.4.4 Características del comercio electrónico

a) Categorías del comercio electrónico

Dentro del comercio electrónico existen diversas categorías dependiendo de quienes sean los que interactúen. Los actores principales son las empresas, los consumidores y las administraciones públicas.

- Entre empresas (B2B, *Business to Business*).
- Entre Empresa y consumidor (B2C, *Business to Consumer*).
- Entre Empresa y Administración (B2A, *Business to Administration*).
- Entre ciudadano y Administración (C2A, *Citizen to Administration*).
- Entre ciudadanos (C2C, *Citizen to Citizen*).

Ilustración 14 Categorías del comercio electrónico



Fuente: Elaboración propia (2015).

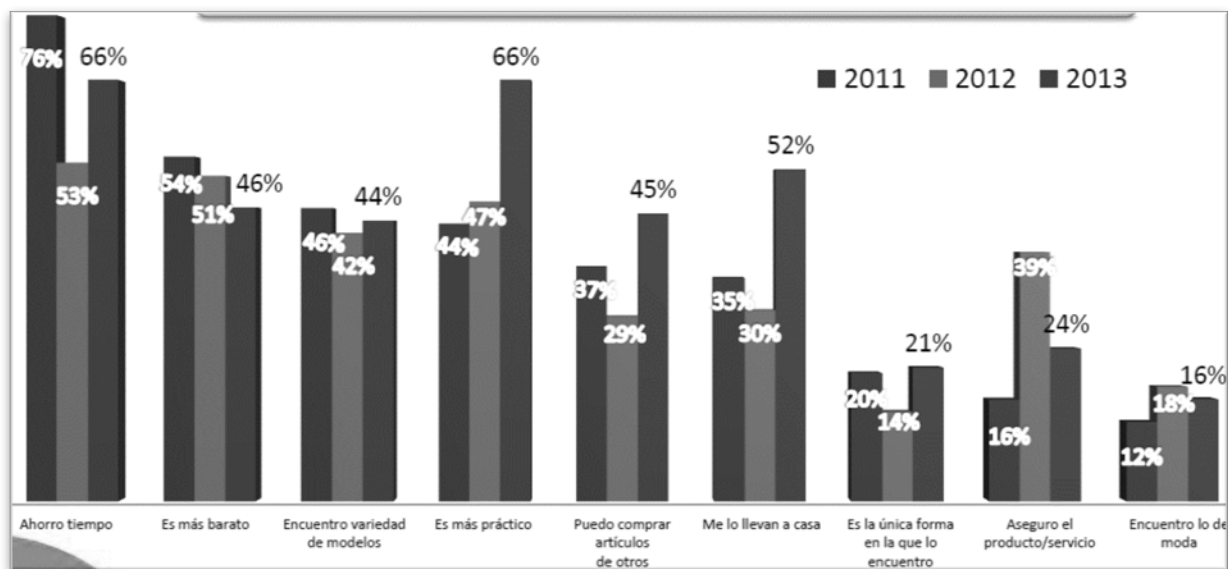
Una descripción de algunas de las principales relaciones será:

- **B2B - Business to Business** - Empresas que venden directamente a las empresas.
- **B2C - Business to Consumer** - Empresas que venden directamente al consumidor final, es también conocido como comercio electrónico minorista o *e-tailing (e-Retailing)*.
- **B2G - Business to Government** - Empresas que venden directamente al gobierno.
- **C2C - Consumer to Consumer** – comercio electrónico entre consumidores finales. Este modo se produce a través de una empresa intermediaria que ha desarrollado un portal de ventas mediante el cual los clientes vendedores ofrecen sus productos mientras que los clientes compradores cotizan, los compran y los evalúan. El intermediario es el responsable de proveer el mecanismo transaccional, por el que cobra comisiones (AGESIC, 2013).

b) Ventajas y desventajas del comercio electrónico

La AMIPCI (2014), hizo un análisis de las principales ventajas que conciben los consumidores en internet para llevar a cabo las compras en línea. La ilustración muestra cuales son aquellos factores que determinan la percepción de los compradores.

Ilustración 15 Razones para comprar en línea en México



Fuente: AMIPCI (2014).

La lista demuestra que entre algunas otras, las principales ventajas del comercio electrónico desde la percepción del comprador son:

- El ahorro de tiempo.
- Es más barato.
- Encontrar variedad de modelos.
- Es más práctico.
- Poder comprar artículos de otros.
- Entregas a domicilio.
- Es la única forma de encontrar un producto.
- Asegurar el producto o servicio.

- Encontrar lo que está de moda.

Por mencionar algunas otras ventajas se puede decir también, que el comercio electrónico permite al consumidor una búsqueda que es práctica, rápida, eficiente, cómoda, al mismo tiempo le da mucha información, por lo cual puede comparar sin movilizarse y así tomar decisiones más asertivas y sustentadas.

Así también la AMIPCI (2014), indica que desde el lado del vendedor se entienden como ventajas:

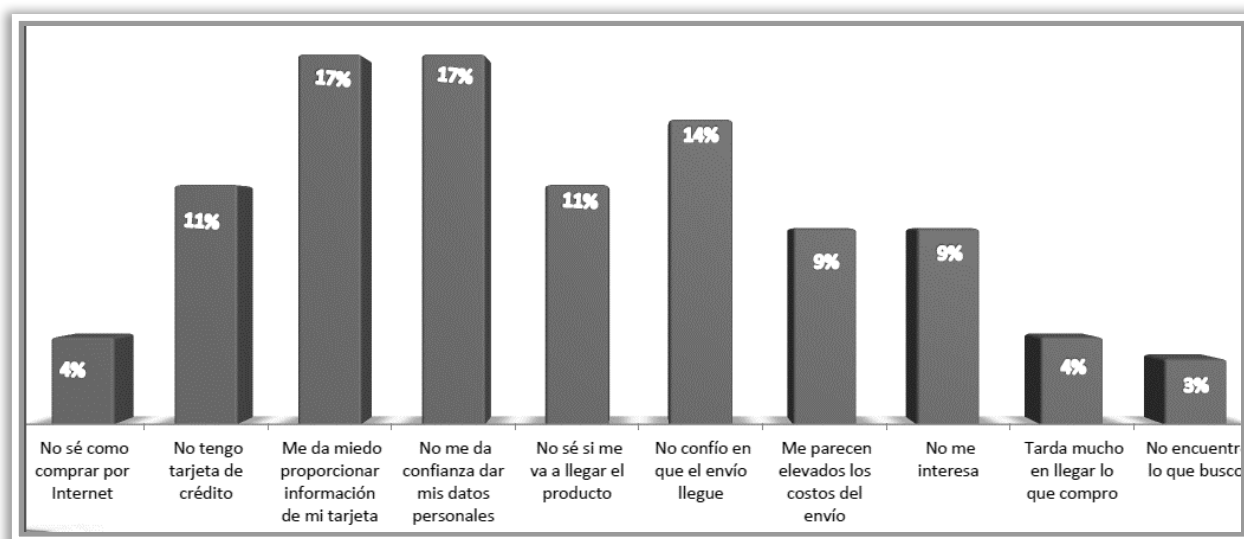
- Le otorga al vendedor omnipresencia.
- Le ayuda a incursionar en nuevos mercados.
- Le da una presencia constante las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Le ayuda a reducir los costos.
- Le permite aligerar su infraestructura.
- Le concede el poder de trascender fronteras y espacios.
- Le ayuda para alcanzar otros públicos y conocerlos mejor, por medio de los registros en las bases de datos de la información del perfil y hábitos de consumo.
- Hace que la operación de la organización sea más ágil.

Para la AMIPCI (2014), *e-commerce* es un sistema con múltiples ventajas por el que hay una gran apuesta. Está en etapa de inversión, pero es un medio que se disparará en un futuro cercano. Comunicarlo a empresas que no han ingresado es la oportunidad.

Pero por otro lado la misma AMIPCI (2014), señala una lista de obstáculos y desventajas que se presentan en la actividad del comercio electrónico en el país hasta el año de 2014, los cuales no son los únicos pero si muy representativos, y se pueden mencionar:

- No saber cómo comprar en internet.
- No tener tarjeta de crédito.
- El miedo a proporcionar información de la tarjeta.
- La desconfianza al dar datos personales.
- Desconfianza en la entrega de los productos.
- Desconfianza en que el envío del producto llegue.
- Percepción de elevados costos del envío.
- No hay interés en comprar en internet.
- Percepción de que tarda mucho en llegar el producto.
- No encontrar lo que busca en internet.

Ilustración 16 Desventajas y retos del comercio electrónico



Fuente: AMIPCI (2014)

Como se muestra en la gráfica anterior el tema de proporcionar datos de las tarjetas de crédito o débito y la desconfianza de proporcionar datos personales y que éstos puedan ser usados de manera indeseada para el usuario son los principales retos que este estudio señala, como los principales retos del comercio electrónico en México para el año de 2014.

2.4.5 La relación del comercio electrónico con el comercio tradicional

Es notable en México, al igual que en todo el mundo como dice Fernández (2016), el avance tecnológico, especialmente en el campo de la informática y las telecomunicaciones, y la globalización, son fenómenos que han venido a cambiar las tradicionales relaciones existentes entre el Estado y los ciudadanos (contribuyentes), entre otras relaciones en las cuales ejercen influencia. Nuevos problemas económicos, jurídicos y sociales se ven así reflejados en las interacciones entre partes requiriéndose nuevas definiciones, límites y hasta nuevas búsquedas epistemológicas para adaptarse a las actuales circunstancias.

No es que el comercio electrónico haya venido a desplazar al comercio internacional, sino que hay una fortaleza en muchos aspectos para la empresa que realiza el comercio fuera de línea o tradicional cuando se decide a usar el comercio electrónico; ya que la estructura que usa este último apoya como dice Schneider (2004), además de comprar y vender, las empresas realizan muchas otras actividades, que las mantienen en el negocio, por ejemplo, el vendedor de un producto debe identificar la demanda, promover su producto ante los compradores potenciales, aceptar pedidos, entregar su producto y apoyar el uso de su producto, facturar y recibir el pago de su producto. Y apoyar el uso de su producto por parte de sus clientes después de la venta. De esta manera se han ido llevando a cabo distintas etapas en la historia del comercio electrónico y seguirá evolucionando al pasar de los años.

Si bien en estos últimos años se ha constatado la apuesta de muchas empresas por la integración de sus estrategias comerciales en internet y fuera de internet, en adelante se verá la explosión de esta tendencia. Inicialmente, la coexistencia entre ambos canales se percibía incómoda e incluso, en algunos casos, el medio digital tendió a suprimir algunos espacios físicos de venta. Los procesos de compra se entendían desde una perspectiva lineal, con inicio y fin dentro de un mismo canal. Espacio físico y digital representaban a un perfil de comprador distinto y por eso se solían gestionar desde departamentos separados, a menudo poco conectados entre sí (Schneider, 2004).

Pero ahora definitivamente los usuarios tienen un compendio de interrelaciones que se establecen entre las distintas plataformas y canales. Por lo que las empresas que de verdad quieran aprovecharse de esta tendencia deberán apostar por una estrategia de venta integral que aproveche las ventajas de los distintos canales y plataformas para establecer un abanico de opciones de compra relevante para el comprador actual (Abad, 2013).

2.4.6 El comercio electrónico en relación al comercio internacional

En lo que se refiere al impacto del comercio electrónico con respecto al comercio internacional como bien dice Fernández (2016), no cabe duda de que algo nuevo está sucediendo. La sociedad enfrenta una realidad diferente en cuanto al objeto del comercio, especialmente con implicaciones en el comercio internacional. Vale decir, están siendo comercializados bienes incorpóreos o intangibles. Se está alcanzando un sinnúmero de implicaciones económicas y sociales en el ámbito de la tributación, muy relevantes, y con reflejo en campos imprevisibles, como por ejemplo en el ámbito de los controles de cuotas de importación.

En este mismo sentido otro aspecto de considerable importancia es que la frontera siempre estuvo conformada por estos dos elementos: la aduana y la policía. La finalidad de controlar objetos por razones de economía o prohibiciones de ingreso (armas, drogas, etc.) y controlar a las personas que, eventualmente, tienen cuestiones pendientes con la justicia ha sido y sigue siendo la razón de ser de estos controles. En el comercio electrónico no existe ni uno ni otro control Fernández (2016).

Por otra parte la OCDE (2015), hace un análisis indicando que el comercio internacional para la fabricación de las TIC's y sobre todo para los servicios relacionados con las mismas sigue creciendo. Las estadísticas de gasto en investigación y desarrollo de las empresas privadas y el reciente incremento en las patentes relacionadas con las TIC's dejan ver el importante papel que desempeña el

sector de las TIC's en la innovación. Las posibilidades son enormes para que las empresas incorporen y utilicen más las TIC's y el Internet para impulsar el crecimiento y la innovación en todos los sectores.

2.4.7 El comercio electrónico en la globalización

El internet es un fenómeno que empezó a hacerse generalizado hace tres décadas, pero que su avance a nivel global es total y con un crecimiento realmente vertiginoso como muestra la siguiente tabla.

Tabla 8 Uso mundial del internet

ESTADÍSTICAS DEL USO MUNDIAL DE INTERNET Y POBLACIÓN 2015						
Regiones	Población (2015 Est.)	% mundial	Usuarios Internet 30 Nov 2015	Penetración (% Población)	Crecimiento 2000-2015	Usuarios %
Africa	1,158,355,663	16.0 %	330,965,359	28.6 %	7,231.3%	9.8 %
Asia	4,032,466,882	55.5 %	1,622,084,293	40.2 %	1,319.1%	48.2 %
Europea	821,555,904	11.3 %	604,147,280	73.5 %	474.9%	18.0 %
Este Medio	236,137,235	3.3 %	123,172,132	52.2 %	3,649.8%	3.7 %
Norte América	357,178,284	4.9 %	313,867,363	87.9 %	190.4%	9.3 %
Latinoamérica y Caribe	617,049,712	8.5 %	344,824,199	55.9 %	1,808.4%	10.2 %
Oceania / Australia	37,158,563	0.5 %	27,200,530	73.2 %	256.9%	0.8 %
TOTAL MUNDIAL	7,259,902,243	100.0 %	3,366,261,156	46.4 %	832.5%	100.0 %

Fuente: internetworldstats (2015).

2.4.8 La importancia del comercio electrónico

El desarrollo de nuevas tecnologías, la liberalización del mercado de las telecomunicaciones y las grandes inversiones realizadas en este sector, han permitido que la capacidad y el volumen de las comunicaciones se expandan de una manera revolucionaria. Gracias a la disponibilidad de recursos y la capacidad única de interacción, el mundo actualmente es un todo integrado. Para un mercado sin límites y que se extiende a todos los rincones del planeta, una nueva modalidad de comercio se presenta bajo el concepto de comercio electrónico, que hace virtualmente posible superar las barreras del tiempo y del espacio (Gariboldi, 1999).

Y siguiendo con su descripción del fenómeno del comercio electrónico el mismo Gariboldi (1999), describía que el crecimiento del comercio electrónico es un hecho innegable e irreversible. No sólo es así sino que, según se prevé, continuará creciendo en los próximos años generando grandes ingresos a través de la red y ejerciendo su impacto sobre las actividades económicas y sobre el marco social dentro del cual éstas tienen lugar. Por consiguiente, tanto en lo comercial como en lo técnico y lo social; a nivel individual, empresarial y gubernamental, será necesario tomar conciencia de esta nueva realidad. De ahí la importancia de estar preparados para competir en el mercado y para poder capitalizar los diversos beneficios que el comercio electrónico ofrece.

En el contexto de la tecnología digital, el comercio electrónico dejó de ser una oportunidad para convertirse en un requerimiento más a los fines de poder operar. Ya no es una opción sino una necesidad. Participar de él permitirá mantener (o mejorar) la competitividad general de personas, empresas, regiones y países. Mantenerse al margen será sinónimo de aislamiento y probablemente, ostracismo económico y social (Gariboldi, 1999).

Para llevar acabo el comercio electrónico debe hacerse uso de las TIC's, el uso de dispositivos o equipos de conexión (*hardware*), programas o aplicaciones (*software*), conexiones a internet (redes), y otros sistemas de telecomunicación, por mencionar algunos. Es así que no se puede entender el comercio electrónico sin un desarrollo adecuado de las TIC's. Por eso, es importante describir que importancia tienen las TIC's para el desarrollo.

2.4.9 Importancia de las TIC's en el desarrollo

Se puede empezar el análisis de este tema diciendo que el rezago en materia de productividad en las economías, en su conjunto, se explica por las bajas tasas de inversión en prácticamente todos los sectores productivos, la falta de gasto en actividades científicas y tecnológicas (ACT) y de investigación y desarrollo (I+D), y la ruptura de cadenas productivas (SELA, 2012).

En la práctica, los países desarrollados se han desplazado hacia la nueva economía de la información y desde allí han creado una fuente constante de innovación tecnológica. El segmento de transformación productiva – materias primas y mano de obra – es alrededor del 20% del valor total del producto actualmente en los países industrializados, mientras el resto consiste de valor agregado no material. La producción se ha vuelto mucho más intensiva en conocimiento y ha aumentado la complejidad de los procesos productivos. Esta nueva etapa del sistema productivo trae consigo nuevos requerimientos de capacitación, incluyendo profesionistas y técnicos que puedan hacer análisis de sistemas y modelaje, especialistas en información y conocimientos, comunicaciones, entre otras (De Bant, 2006).

La actual revolución tecnológica es de las más radicales de la historia y su dinámica no tiene precedentes. Los enormes avances en TIC's, así como la de transporte y la satelital, entre otros, ha permitido que los sistemas productivos hayan cambiado significativamente. Este fenómeno se ha manifestado en una desverticalización de los procesos productivos y la deslocalización de los distintos eslabones de la cadena productiva tanto en la fabricación de bienes como en la de servicios (SELA, 2012).

El desarrollo de las PYMES requiere cada vez una mayor colaboración entre ellas para desarrollar nuevas actividades y productos, para compartir sistemas informáticos, para lograr economías de escala y compartir riesgos en nuevas inversiones. El tener acceso a un sistema de TIC's les permite estrechar lazos con otras empresas a nivel nacional, regional e internacional y obtener una serie de beneficios de ello. Este es el caso de las filiales taiwanesas en China, por ejemplo, que al invertir en empresas con sistemas informáticos modernos, pero sin tener que hacer grandes inversiones, tienen acceso al moderno sistema de información de sus casas matrices (Cárcamo, 2005).

2.4.10 El comercio electrónico en el desarrollo local

Se han mencionado ya las categorías, tipos y conceptos relacionados con el comercio electrónico, y la vinculación de éste con el comercio tradicional y el comercio internacional, así también se ha mencionado la importancia de las TIC's que son el escenario para el desarrollo de esta actividad, pero es conveniente también vislumbrar la posibilidad de relaciones de estas TIC's en general y el comercio electrónico en particular con la perspectiva del desarrollo local.

Los gobiernos de los países de la OCDE cada vez son más conscientes de la necesidad de dar mayor impulso a la economía digital en una forma estratégica, para ampliar sus beneficios y reaccionar a los principales retos; como reducir el desempleo, las desigualdades y sacar a la gente de la pobreza. Las actuales estrategias digitales nacionales abarcan temas que van desde la creación de empresas y el crecimiento de la productividad hasta la administración pública, el empleo y la educación, la salud y el envejecimiento, el medio ambiente y el desarrollo. En general, los gobiernos cada vez son más conscientes de que la “formulación de políticas para Internet” depende de un conjunto de políticas públicas de gobierno entero que sean coherentes (OCDE, 2015).

En la perspectiva de la OCDE (2015), se deben considerar los siguientes lineamientos para que el comercio electrónico en particular y la era digital en general ayuden al desarrollo de los países, regiones y localidades:

- Es necesario que la infraestructura —que proporciona los fundamentos para los nuevos modelos de negocios, el comercio electrónico y las nuevas redes científicas y sociales de colaboración— sea de alta calidad, asequible para todos y que esté disponible a precios competitivos.
- La competencia en la economía digital está presentando retos por varios cambios importantes, entre ellos la convergencia técnica y la integración de modelos de negocios entre los proveedores de telecomunicaciones y los nuevos participantes en Internet; los gobiernos también deben ser partícipes de los esfuerzos para proteger la competencia, reducir las barreras artificiales al ingreso y fortalecer la

coherencia en materia regulatoria. La consolidación de los mercados móviles no debe reducir la innovación ni la capacidad de otros participantes para competir.

- Es indispensable fomentar una mayor aceptación de las TIC's, sobre todo por parte del gobierno y de las empresas, incluidas las pequeñas y medianas empresas (PYME).
- Debe asegurarse la confianza en la fiabilidad y la seguridad de las redes, los servicios y las aplicaciones en línea; y garantizarse a los usuarios que sus derechos de privacidad y de consumo están protegidos. La OCDE ha convocado a los líderes y responsables de la toma de decisiones para que integren la gestión de riesgos de la privacidad y la seguridad digital en sus marcos de gestión de riesgos sociales y económicos más amplios; en vez de abordar los retos jurídicos y técnicos como cuestiones separadas. Las estrategias de ciberseguridad deben complementarse con estrategias nacionales de privacidad para solucionar los problemas de privacidad de manera coordinada e integral, e identificar las limitaciones que la sociedad está dispuesta a aceptar en aras del interés colectivo.
- A través de la educación, la capacitación y la actualización de las competencias en el uso de las TIC la gente debe prepararse y aprovechar las TIC y para controlar los riesgos de sus actividades sociales y económicas en línea, con el propósito de fomentar el espíritu empresarial, el empleo y la inclusión digital.
- Es fundamental reconocer los posibles efectos perturbadores de digitalizarse. Los gobiernos deberán facilitar la transición de los trabajadores a los nuevos tipos de empleos digitales.

Desde la actual estructura productiva de América Latina y el Caribe, estos objetivos parecen lejanos, al menos para la gran mayoría de las empresas, pero las acciones que se implementen en ese sentido son las que definirán las condiciones de competitividad y, por ende, de generación de empleos, en los próximos decenios. Las enseñanzas derivadas de haberse atrasado en la apropiación de las revoluciones tecnológicas previas son claras: no acoplarse a una revolución digital conduce a un rezago en el crecimiento económico y en el desarrollo social (OCDE, 2015).

Por otro lado desde hace tiempo el PNUD (2001), advertía que si la comunidad del desarrollo desconoce la explosión de innovaciones tecnológicas en alimentos, medicamentos e información, corre el riesgo de marginarse y de negar a los países en desarrollo oportunidades que, si se controlan de manera efectiva, pueden transformar la vida de los pobres y ofrecer oportunidades novedosas de desarrollo a los países pobres.

Según la CEPAL (2015), la posibilidad de utilizar TIC's en la lucha contra la pobreza abre nuevos horizontes a todo el mundo. Por primera vez los habitantes de los lugares remotos de los países de bajos ingresos tienen hoy una oportunidad realista de conectarse a través de las TIC's. Los agricultores, los pescadores y los empresarios de las zonas urbanas están adoptando con rapidez los teléfonos móviles como herramienta fundamental para progresar en sus actividades comerciales, y algunos pobres están encontrando nuevos medios de subsistencia gracias a esta tendencia. Si bien es preciso ampliar considerablemente la base de conocimientos, los responsables de las políticas y otros interesados deberían prestar más atención a este nuevo tipo de oportunidades (ONU, 2010).

Las plataformas de comercio electrónico están transformando el flujo de bienes y servicios, al reducir los costos de búsqueda y uniformar precios a escala mundial. Además, no solo favorecen el comercio de la empresa al consumidor (B2C), sino también entre empresas (B2B) y entre personas (P2P), lo que facilita la entrada de pequeños emprendedores al comercio internacional. Por ejemplo, en *e-Bay*⁸ más del 90% de los comerciantes vende sus productos al exterior, una tasa muy superior a la del comercio tradicional, que no alcanza el 25%. Además, las PYMES que invierten en tecnologías digitales como sitios *web*, cómputo en la nube y soluciones de comercio electrónico muestran un mayor crecimiento de los ingresos, el empleo y la capacidad exportadora y de innovación. En los países menos desarrollados, sistemas de

⁸ E-Bay es una tienda en línea de las más grandes del mundo en cuanto a ventas se refiere, que se asocia con vendedores, creando redes de vendedores y compradores procurando la eficiencia en rapidez, costos, seguridad y movilidad (E-Bay, 2016).

transporte y logística mejores y más eficientes permitirían aprovechar aún más estas ventajas (FOROCONSULTIVO, 2012).

El objetivo de este capítulo era entender el marco referencial del fenómeno que se va a analizar en esta investigación, por eso es que se han destacado los modelos de desarrollo con énfasis en los que tienen relación con el desarrollo local, por otra parte se han enunciado las características e importancia de las MIPYMES para el desarrollo, y por último se han descrito las formas y presupuestos necesarios para llevar a cabo el comercio electrónico, haciendo alusión a su vinculación con la MIPYMES y el desarrollo local. Una vez que se ha entendido este escenario de referencia, se podrá introducir a la descripción de las principales teorías que ayudarán a conocer las variables que están implicadas en la investigación.

CAPÍTULO III. EL DESARROLLO LOCAL: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA

3.1 TEORÍAS Y CONCEPTOS DEL DESARROLLO LOCAL

Es conveniente reiterar que si bien esta investigación relaciona dos variables principales como son el CH y el comercio electrónico en las MIPYMES, la perspectiva para el análisis está definida por el enfoque del desarrollo local. Pues el marco amplio en el cual se busca analizar al CH, es como una variable fundamental e indispensable para promover el desarrollo local que se manifiesta en la calidad de vida de la sociedad en su conjunto, es por ello que es importante profundizar en esta teoría, que enmarcará al CH y que servirá de guía para el análisis posterior.

El hecho de referirse a lo local no está exento de ambigüedad, de imprecisiones, de dificultades de definición. Frecuentemente la pregunta que surge y que no logra respuestas convincentes es: ¿qué es lo local? ¿Se trata de una escala que habría que precisar en número de habitantes o en kilómetros cuadrados? ¿Lo local supone un sistema de interacciones con una cierta autonomía? En este capítulo se intentará responder a estas preguntas y a así poder definir el concepto de desarrollo local con claridad.

Se puede introducir este análisis siguiendo la afirmación de la CEPAL (2000), indicando que la hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, una capacidad empresarial y conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, una tradición y cultura, sobre los que se articulan los procesos de crecimiento económico local.

3.1.1 Precursores del desarrollo local

Según la idea de Arocena (2002), ante la crisis de la última parte de la década de los 70 del siglo pasado, muchos países se vieron obligados a una búsqueda de nuevas formas de movilización del potencial humano. Todo parece indicar que es inútil mirar para atrás e intentar recomponer lo que está obsoleto. Es necesario imaginar otras formas de desarrollo que superen cualitativamente las formas anteriores. Ese esfuerzo por plantear un desarrollo alternativo ha desembocado en múltiples propuestas. Estas diferentes propuestas tienen en común el intento de superación de las formas que tomó el desarrollo en esta segunda mitad del siglo XX.

Esta conceptualización del desarrollo constituye un modelo alternativo al propuesto por el paradigma del desarrollo exógeno, dominante durante los años cincuenta y sesenta, según el cual el crecimiento se apoyaría en los procesos de industrialización y la concentración de la actividad productiva, a través de grandes plantas, en un número reducido de grandes centros urbanos, a partir de los cuales los mecanismos de mercado lo difundirían, posteriormente, favoreciendo el desarrollo de las ciudades y regiones periféricas (CEPAL, 2000).

Por eso también la CEPAL (2000), menciona que el modelo de desarrollo local endógeno comparte con el paradigma de los años cincuenta y sesenta que el aumento de la productividad (y, por tanto, el crecimiento económico) se produce como consecuencia de la generación de economías externas, debidas a tres factores: las economías de escala en la producción, la introducción de innovaciones por parte de las empresas líderes y el flujo de la mano de obra excedentaria desde las actividades tradicionales a las más modernas (como la industria). No obstante se diferencia de él, al menos en cuatro aspectos: en que el desarrollo puede ser también difuso (y no concentrado en las grandes ciudades); en que los sistemas locales de empresas pueden liderar los procesos de crecimiento y cambio estructural al generar economías de escala y reducir los costos de transacción como las grandes empresas; en que las formas de organización social y el sistema de valores locales flexibilizan los mercados de trabajo y permiten a las empresas locales trabajar con bajos costos de producción

y en particular, con salarios, relativamente, bajos; y en que la sociedad civil ejerce un control creciente de los procesos de desarrollo de las localidades y regiones.

Así es que existe un lugar, una dimensión, una escala en la que la búsqueda de superación de las formas tradicionales de desarrollo se articula con esta nueva valorización de la iniciativa: la escena local. Allí convergen la necesidad de crear riqueza con la necesidad de salvaguardar los recursos naturales, la urgencia por generar empleos con la urgencia por responder a las necesidades esenciales de la población. En la escena local se expresa como en ningún otro nivel la articulación entre lo singular y lo universal (Arocena, 2002).

Por otra parte el ILPES describe que después de las crisis de los 70 se hicieron propuestas de desarrollo regionales y de territorios locales, en donde la identidad propia de cada territorio se transforma así en el pilar fundamental y en el factor que le hace tomar conciencia de su propia individualidad. No en vano, los factores en los que se basa este nuevo modelo no sólo son de carácter tangible y económico sino también precisa en gran medida recursos endógenos de carácter intangible: factores sociales, tecnológicos e incluso de índole cultural. El desarrollo local es por tanto un resultado del previo compromiso de una parte significativa de la población local, mediante el que se sustituye la concepción tradicional del espacio como simple contigüidad física por la de un espacio de solidaridad activa. Para ello es preciso que se produzcan cambios básicos en las actitudes y comportamientos de los grupos e individuos que componen la sociedad civil (ILPES, 1998).

3.1.2 Desarrollo local y globalización

Al hablar de desarrollo local, se trata con un concepto que puede parecer en muchos casos contradictorio, y entonces surge la cuestión ¿cuál es la relación de lo local y lo global?. Para entender la relación de estos conceptos se puede seguir a Arocena (2002), que afirma que para definir la noción de local no hay otro camino que referirla a su noción correlativa de global. Cuando algo se define como local es porque pertenece a un global. Así, un departamento o una provincia es local con respecto al

país global y una ciudad es local con respecto al departamento o provincia a que pertenece.

Esta primera constatación tiene que llevar a una aseveración categórica: nunca se puede analizar un proceso de desarrollo local sin referirlo a la sociedad global en la que está inscrito. Al mismo tiempo, la afirmación del carácter relativo de la noción de local permite reconocer la inscripción de lo global en cada proceso de desarrollo. Pero para que esto sea así, para que en el análisis se reconozca la inscripción mutua de estas dos nociones relativas, es necesario partir de su clara distinción. Ello supone reconocer por un lado que el análisis de lo global, el análisis de las grandes determinaciones sistémicas y estructurales, no agota el conocimiento de la realidad. Quiere decir que en el análisis de lo local se encuentran aspectos que le son específicos, que no son el simple efecto de la reproducción a todas las escalas de las determinaciones globales. La distinción de las dos nociones supone también reconocer que el análisis de lo local no es todo el análisis de la realidad. Lo local no es «más realidad» que lo global. Más aun, lo global no es la simple adición de realidades locales, sino una dimensión específica de lo social (Arocena, 2002).

También Boisier (2005), indica que la globalización⁹ corresponde a una fase del desarrollo del capitalismo y como tal, tiene una conducta sistémica que opera por encima de las voluntades individuales o colectivas, pero tal característica no la hace ingobernable; el territorio desempeña en la globalización, o en esta etapa del capitalismo, un papel más importante que en el pasado. No hay que confundir el territorio con la distancia, ni la geografía con el mapa.

Por otro lado Arocena (2001), menciona que en el momento actual la idea de globalización parece dominar la mayor parte de los discursos de dirigentes políticos, de universitarios e intelectuales, de actores de terreno, de comunicadores. El cambio de sociedad al que se está asistiendo tiene en este concepto de globalidad uno de sus

⁹ Proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos (RAE, 2016).

referentes principales. Más aun, la globalización genera una lógica que tiende a disminuir las autonomías, a aumentar las interdependencias, a acrecentar la fragmentación de las unidades territoriales, a producir marginación de algunas zonas. La globalización supone un nuevo paradigma organizacional que necesariamente está acabando con el anterior.

Por lo cual Arocena (2001), menciona que el modelo de integración social basado en una concepción uniformizante, está hoy interpelado por la emergencia de la diferencia. Hoy es más necesario que nunca desterrar del vocabulario la asimilación entre integración y uniformidad. Las sociedades contemporáneas están confrontadas a la construcción de formas de integración social que partan del reconocimiento de la diferencia. Esta búsqueda se da al interior de una tensión que acompaña necesariamente el proceso de globalización: cuanto más se acentúa este proceso, más necesario se vuelve alimentarlo con modos locales de desarrollo económico, social, cultural, y con nuevas formas de protección de la vida.

La globalización es causa y consecuencia de la declinación del modo de acumulación de la postguerra, interactúa y se retroalimenta con la revolución científico-tecnológica y la emergencia de un nuevo paradigma tecno-productivo cuyo principio central es la flexibilidad de la producción que garantiza la expansión de los capitales y la gestión productiva. Como corolario, el nuevo modelo productivo, de capitalismo global afecta a todas las esferas de la sociedad en sus múltiples dimensiones – económica, política, sociocultural– a la vez que favorece nuevas realidades territoriales y nuevos modelos de desarrollo a distintas escalas. En este proceso de transición las economías regionales y locales emergen como agentes activos de la globalización (Lea, 2014).

La globalización no supone la desaparición del Estado-Nación o de los gobiernos nacionales, aunque es probable que estos eventualmente deleguen algunos poderes a instituciones supranacionales y otros a gobiernos locales. Con la globalización se aprovecha al máximo la diferenciación regional, nacional y local, tanto

en la producción como en los mercados. Quizás en el lema de los ambientalistas “pensar globalmente, actuar localmente” es donde mejor se recoge el significado del proceso globalizador. Los gobiernos nacionales tienen un papel crucial en el condicionamiento que definirá el papel a jugar por cada país en la globalización (Pérez, 2010).

3.1.3 Desarrollo Local en América Latina

En el contexto de las reformas de modernización del estado y de estrategias de reestructuración productiva que vienen adelantándose en los países de América Latina, resalta la creciente importancia de las economías locales. El desarrollo económico de los distintos países sigue siendo territorialmente concentrado e inequitativo, razón por la cual no ha sido posible aprovechar el potencial productivo de los distintos territorios, lo que a su vez constituye una de las causas de aumento de la pobreza (CEPAL, 2000).

Según el análisis de Albuquerque (2004), una de las principales conclusiones que se deriva del análisis de las iniciativas de desarrollo económico local en América Latina es el carácter incipiente y el número reducido de las “mejores prácticas” existentes en la región. No obstante, la investigación muestra experiencias que, aunque no pueden incluirse entre las “mejores prácticas”, son sin embargo iniciativas de interés, ya que permiten mostrar enseñanzas útiles para el aprendizaje colectivo en este campo.

Los principales objetivos de las iniciativas de desarrollo económico local en América Latina cabe citar los siguientes:

- Valorización mayor de los recursos endógenos de cada ámbito local, tratando de impulsar actividades de diversificación productiva y promoción de nuevas empresas locales.
- Organización de redes locales entre actores públicos y privados para promover la innovación productiva y empresarial en el territorio.

- Establecimiento de consorcios intermunicipales a fin de incrementar la eficacia y eficiencia de las actividades de desarrollo local.
- Búsqueda de nuevas fuentes de empleo e ingresos a nivel local.
- Promoción de actividades de desarrollo científico y tecnológico a nivel territorial.
- Creación de nuevos instrumentos de financiamiento para atender a las microempresas y pequeñas empresas locales.
- Superación de las limitaciones del enfoque asistencialista implícito en los fondos de inversión social y en los programas de lucha contra la pobreza (Alburquerque, 2004).

Se puede percibir en este listado de objetivos del desarrollo local, que están presentes las principales variables de esta investigación: CH, MIPYMES y TIC's para el comercio electrónico. Si bien no están enunciados directamente, si se presentan indirectamente al mencionar el empleo, la alta tecnología y las microempresas y pequeñas empresas locales, como objetivos para el desarrollo local en América Latina.

Por su parte Arocena (2001), muestra que América Latina forma parte de ese mundo excluido del "orden" establecido después de la SGM. Durante los últimos 40 años, América Latina vivió lo que podría llamar un crecimiento desarticulado. Las cifras muestran que entre 1950 y 1980 el continente latinoamericano multiplicó su producto industrial, aumentó la producción de energía y se realizaron importantes trabajos de infraestructura. Pero al mismo tiempo, creció desmesuradamente la deuda externa, varios países latinoamericanos conocieron procesos de hiperinflación en el período y siguió aumentando el número de personas que viven en situación de pobreza absoluta. Crecimiento con inflación, aumento del producto industrial con aumento de la pobreza absoluta, aumento de las inversiones con aumento de la deuda externa, estas contradicciones están mostrando una construcción socio-económica desequilibrada.

En ese contexto, es necesario ubicar la iniciativa local. La desocupación, la dependencia tecnológica, el desarrollo del sector informal, la marginación de vastos

sectores de la población, son características que marcan el tipo de iniciativa local que surgirá en América Latina (Arocena, 2001).

3.1.4 Desarrollo Local en México

Vázquez-Barquero (2009), al hacer un análisis de la crisis económica del 2008, menciona algunos ejemplos en donde algunas localidades de México que a través de estrategias de desarrollo local han podido sortear la crisis, y así indica en algunas localidades y territorios la cuestión no reside tanto en la diferenciación de la producción o la reducción de costos como en encontrar nuevos productos para mercados en los que las empresas locales pueden mantener sus ventajas competitivas. Es el caso de Tapachula, en México, por ejemplo, en donde los productores de café tuvieron que reaccionar ante la fuerte competencia de los productores de Vietnam en los mercados, con los que no podían competir en precios. La respuesta fue cambiar las actividades productivas y dedicarse a la producción de flores tropicales para mercados como el de los Estados Unidos (EE.UU), por lo que tuvieron que adoptar nuevas tecnologías de producción procedente del exterior, introducirse en nuevos mercados y adaptar sus conocimientos a la nueva realidad productiva y comercial.

Las empresas y territorios apuntan, también, a la producción de nuevos bienes y servicios, cuya demanda aumenta en los mercados, así como a productos que incorporan alta tecnología y para los que existe una fuerte demanda interna y externa, como sucede en el *clúster*¹⁰ de la electrónica en Jalisco, México. Para que esta transformación tome cuerpo en los sistemas productivos, es necesario mejorar la calidad de los recursos humanos e introducir innovaciones de producto y de proceso en el tejido productivo (Vázquez-Barquero, 2009).

En este mismo sentido Vázquez-Barquero (2009), supone que las políticas de desarrollo local enfrentan la cuestión del ajuste y de la reestructuración de los sistemas

¹⁰ Un clúster es un grupo de empresas e instituciones de soporte concentradas en un territorio que compiten en un mismo negocio y que comparten características comunes y complementarias. Michael Porter en (clusters.cat, 2016)

productivos en función de la competitividad de las empresas en un marco de competitividad territorial. El crecimiento de la renta y los fuertes cambios en la demanda han provocado la diversificación de la producción tanto en las ciudades como en las áreas rurales. El desarrollo de la actividad turística en las ciudades de Cartagena de Indias y de la Habana Vieja, pero también la pujanza del turismo cultural en Chiapas y en la península del Yucatán, muestran cómo los cambios en la demanda internacional estimulan la diversificación productiva y plantean la necesidad de introducir continuamente innovaciones que fortalezcan la competitividad.

Algunas iniciativas de desarrollo local buscan espacios de mutuo beneficio entre las grandes empresas y los sistemas locales de empresas, tratando de impulsar esquemas de subcontratación basados en la calidad y en la cooperación empresarial. Este hecho muestra la importancia de establecer negociaciones destinadas a fortalecer las relaciones económicas de las microempresas con las grandes empresas, con miras a superar el nivel de la subcontratación dependiente. El Centro de Desarrollo de Proveedores de Chihuahua (México) ha inducido a los agentes externos a asumir una posición comprometida con el desarrollo de proveedores locales. En este campo existe un amplio potencial, ya que las pequeñas empresas de la región pueden vincularse a este esfuerzo, apoyándose en programas de capacitación y asesoría de la Universidad Autónoma de Chihuahua, la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y el Campus de Chihuahua del Instituto Tecnológico de Monterrey (Ruiz Durán, 2000 en (Alburquerque, 2004)).

Se ha venido describiendo la manera en que se ha conceptualizado y llevado a la práctica la teoría del desarrollo local, desde lo global, la región de América Latina y en México, como un escenario amplio para poder entender la importancia del desarrollo local para la ciudad de Morelia, en la que se llevara a cabo esta investigación. Ahora, en busca de mayor precisión teórica, se analizarán las posturas sobre este tipo de desarrollo y los objetivos que persigue.

3.1.5 Concepto del Desarrollo Local

Son muchos los autores que han escrito sobre desarrollo local desde muy diversos enfoques, ahora se hará mención de algunos procurando definir un concepto.

De entrada se puede citar a Boisier (2005), quien indica la importancia del desarrollo local al mencionar que: el vocablo “desarrollo” denota un concepto que tiene “completud”, no necesita nada más para su cabal entendimiento. En este sentido “el nombre es la cosa nombrada”, para agregar a continuación que todos los adjetivos que suelen acompañar al sustantivo no hacen sino crear redundancias. En efecto, como se muestra enseguida, el desarrollo no puede ser sino local, de igual modo que no puede ser sino “humano”, o “sustentable”, o “endógeno”.

Furió (1994), describe que el desarrollo local es interpretado como el resultado del deseo de “vivir, trabajar y decidir el destino de la propia comunidad territorial”, la necesidad por parte de cierto número de agentes sociales y poderes públicos locales de responder al desafío del desempleo y la confianza en las pequeñas dimensiones. Estas preocupaciones adquieren sentido si se recuerdan algunas manifestaciones de la crisis económica. La desaparición de la confianza de la contribución exitosa de las grandes empresas respecto a las posibilidades de desarrollo local, la evidencia de la dependencia frente a las decisiones tomadas en centros lejanos, la pérdida o desaparición de las producciones locales.

Y todavía con más determinación Boisier (2005), dice con respecto al desarrollo local que si el razonamiento puro no fuese suficiente, habría que preguntar a cualquier interlocutor si el desarrollo (en su país) es un fenómeno presente de manera homogénea a lo largo y ancho del territorio. La conclusión sería que es un fenómeno local, es decir, localizado e incrustado en las características económicas, técnicas, sociales y culturales de ese lugar en particular. De aquí que pueda sostenerse que el desarrollo es un fenómeno dependiente de la trayectoria e históricamente evolutivo y que, como tal, se inicia siempre en un lugar (o en varios, pero nunca en todos), siempre como un proceso esencialmente endógeno (aunque su base material puede ser

considerablemente exógena), siempre descentralizado, y siempre con una dinámica de tipo capilar “de abajo hacia arriba y hacia los lados”, que terminará por producir, en función de la dialéctica territorio/función propia de la modernidad, una geografía del desarrollo, rara vez uniforme, comúnmente con la forma de archipiélago o, en el extremo, con la forma de la dicotomía centro/periferia.

Por otro lado la CEPAL (2000), afirma que el concepto de desarrollo reúne un conjunto de rasgos y características, que le dan una configuración específica. Ante todo, hay que decir que el desarrollo local hace referencia a procesos de acumulación de capital en ciudades, comarcas y regiones concretas. La disponibilidad de una oferta de mano de obra, suficientemente cualificada para las tareas que realiza, y poco conflictiva, unido a una capacidad empresarial y organizativa, fuertemente articulada a la tradición productiva local y a una cultura atenta a las innovaciones y al cambio, favorece la acumulación de capital en los sistemas productivos locales.

De las distintas conceptualizaciones de desarrollo local se pueden enunciar algunas características comunes que lo describen, como muestra la siguiente tabla:

Tabla 9 Características del desarrollo local

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Humano	Se concentra en el progreso material y espiritual de la persona y la comunidad.
Territorial	Se despliega en un espacio que opera como unidad de intervención, Generalmente coincide con alguna división política-administrativa (municipio o grupo de municipios).
Multidimensional	Abarca las distintas esferas de la vida de una comunidad, municipio o región.
Integrado	Articula las políticas y programas verticales y sectoriales desde una visión territorial.
Sistémico	Supone la cooperación de distintos actores y la conciliación de diversos intereses sectoriales.
Sustentable	Se prolonga en el tiempo a partir de la movilización de los recursos locales.
Institucionalizado	Establece reglas de juego, normatividad, políticas, organizaciones y patrones de conducta locales.
Participativo	Intervienen activamente agentes públicos, organizaciones intermedias y de base y empresas.
Planificado	Es fruto de una mirada estratégica por parte de una concertación de actores que definen procedimientos, metas y objetivos.
Identitario	Se estructura contemplando la identidad colectiva de la comunidad
Innovador	En cuanto al modelo de gestión, de fomento productivo, de participación social.

Fuente: Elaboración propia a partir de Di Pietro (2001).

El desarrollo local tiene de manera recurrente tres vertientes: el desarrollo económico local, el desarrollo social, y el desarrollo ambiental. Estas tres líneas no tienen un límite bien definido en las teorías del desarrollo local, pero servirán para el análisis.

También deben ser consideradas las propuestas de Gallicio (2004), cuando afirma que el desarrollo local no puede ser, un proceso autárquico. Debe articularse con los procesos nacionales. La acción local será más útil si la unimos a una acción por cambiar los marcos nacionales de desarrollo. Las políticas nacionales de desarrollo local deben ser un objetivo de quienes trabajan en el desarrollo local y seguramente de la cooperación.

Desarrollo Económico Local

Si bien el desarrollo local es una esfera más amplia que lo propiamente económico, estas dos áreas no son opuestas en sus fines, sino que el desarrollo económico local debe estar alineado con el desarrollo local en sentido amplio.

Para entender esta relación se puede empezar con la idea de Albuquerque (2004), quien afirma que la naturaleza territorial (o local) del desarrollo económico ha conocido durante mucho tiempo una situación de marginalidad teórica. Sin embargo, para algunos autores la crisis del modelo fordista¹¹ de producción en serie ha facilitado el redescubrimiento teórico de las formas de producción flexible a nivel local, las cuales han estado siempre presentes como formas de industrialización en la historia económica. No hay que identificar, el desarrollo económico local como si se tratara de

¹¹ Fordismo es la producción en serie en el modelo de cadena de montaje, al utilizar maquinaria con fines especiales y, principalmente, trabajadores no cualificados en una división del trabajo basada en una fragmentación de tareas cada vez mayor. La era fordista se caracteriza por la dominación de los mercados de masas y por bienes estandarizados que se mantienen durante largo tiempo. El fordismo surge de la eficiencia tecnológica de la producción planificada, que se basa en la separación entre concepción y ejecución, y de la eficiencia económica de fábricas de gran escala. El fordismo viene dominado por la lógica económica, la lógica de la ventaja comparativa y del funcionamiento del mercado (Cano, 2015)

un modelo de industrialización posfordista contrapuesto al funcionamiento de la gran empresa. En realidad, el enfoque del desarrollo económico local viene a destacar fundamentalmente los valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad que han existido en el pasado en las formas de producción no basadas tan sólo en la gran industria, sino en las características generales y locales de un territorio determinado.

Así también, en la misma línea Arocena (2002), afirma que el desarrollo local se trata de procesos de desarrollo económico, que se caracterizan por la organización sistémica de las unidades de producción, que favorece la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales e internacionales. La organización del sistema productivo local formando redes de empresas propicia la generación de economías de escala y la reducción de los costos de transacción y, por lo tanto, rendimientos crecientes y crecimiento económico.

En el análisis de Boisier (2015), dice que el desarrollo local, en el contexto del análisis de Muller, fue la forma normal de reproducción social y vuelve, envuelto ahora en un velo tecnológico, a reinstalarse como forma de reproducción social y territorial. Se trata de un caso similar al de los “polos de desarrollo” de Perroux, que han renacido desde la industrialización fordista a la industrialización flexible.

La concepción del desarrollo local también ha sido duramente criticada por parte de aquellos que han confundido o establecido relaciones entre el desarrollo endógeno local y una economía cerrada, sobre todo porque en algunos casos el desarrollo local se ha tomado más como alternativa que como complemento. Sin embargo, el desarrollo local debe ser un componente y un método particular dentro del extenso marco de una estrategia de desarrollo integrada (Yaima, 2008).

3.1.6 Objetivos del Desarrollo Local

Es grande la diversidad de objetivos que se pueden encontrar en los enfoques teóricos del desarrollo local, pero ahora se proponen los que tienen una relación directa

con los fines de esta investigación. Este análisis tendrá un énfasis en el CH, pero la teoría que se refiere a este capital surge en la evolución de la teoría del empleo, y se puede afirmar que el desarrollo del CH siempre favorecerá la inclusión social, el empleo y el cuidado del medio ambiente.

a) Empleo

Uno de los puntos fuertes de los sistemas productivos locales ha sido, históricamente, su capacidad para utilizar los recursos humanos disponibles en el territorio, con tasas elevadas de actividad y con niveles de salarios relativamente más bajos que en las áreas urbanas y metropolitanas, lo que ha favorecido los procesos de acumulación de capital y cambio estructural de las economías locales (Vázquez Barquero, 1988a en CEPAL, 2000).

De igual manera la CEPAL (2000), afirma que las empresas locales utilizan diferentes formas flexibles de trabajo, como el trabajo a domicilio o el trabajo temporal, lo que permite a las empresas ajustar el volumen de ocupación a la evolución estacional de la demanda de sus productos, lo que reduce, sensiblemente, los costos variables de las empresas. Además, si a ello se añade que el trabajo femenino es muy utilizado en muchas de las actividades que caracterizan a los sistemas productivos locales, puede concluirse que las empresas locales se enfrentan a costos unitarios relativamente bajos.

En el análisis del SELA (2012), entre las políticas que aparecieron al comenzar a fallar las políticas del Consenso de Washington¹², destaca la de apoyo a las MIPYMES. Estas empresas han sido tradicionalmente un importante generador de empleo: 43,6%, 42,6%, 47% y 30,8% del total del empleo formal en Argentina, Brasil,

¹² En la búsqueda de un modelo más estable, abierto, liberalizado, particularmente orientado a los países de América Latina, nace en 1989 en el llamado «Consenso de Washington», donde se trató de formular un listado de medidas de política económica para orientar a los gobiernos de países en desarrollo y a los organismos internacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y Banco Interamericano de Desarrollo (FMI, BM y BID)) a la hora de valorar los avances en materia económica de los primeros al pedir ayuda a los segundos. (Béjar, 2004)

Uruguay y México, respectivamente y entre el 30 y el 50% del empleo en toda la región (BID, 2005). La presencia de las PYMES formales e informales puede ser muy elevada en algunos países. Por ejemplo, éstas representaban más del 90% de las empresas en Centroamérica (SICE, SIECA Y CENPROMYPE, 2010). El éxito del sector PYMES se considera crucial para evitar la pérdida de un mayor número de empleos, para generar nuevos puestos de trabajo, apuntalar al sector empresarial más vulnerable y abatir la pobreza en la región, entre otros.

Gallicio (2004), hace una serie de consideraciones para impulsar el empleo a partir de la propuesta del desarrollo local indicando que el empleo debe constituir un eje en las estrategias de desarrollo para América Latina. El mismo no es solamente dependiente del crecimiento económico, sino que deben existir políticas y acciones que lo vinculen fuertemente a la calidad de vida y a la apropiación por parte de los ciudadanos y los territorios de los frutos de ese crecimiento.

Según Gallicio (2004), diversos instrumentos y formas de intervención aparecen como relevantes para el accionar a nivel del mercado de trabajo local y regional. Algunos de ellos son:

- La política de empleo como política social local, en un contexto de interacción entre políticas de fomento económico y otras propiamente sociales.
- El estudio del mercado de trabajo local como forma de dinamizar la búsqueda de alternativas viables. Creación de Observatorios Locales de Mercado de Trabajo.
- Pactos territoriales por el empleo, incorporando la lógica de acción horizontal-territorial.
- Los nuevos yacimientos de empleo. Instrumentos de generación de empleo no necesariamente desde las empresas.
- El apoyo a los sistemas locales de empresas, potenciando la articulación y la amplificación de las oportunidades regionales.

- Formación y capacitación profesional, como forma de incrementar las fortalezas de los territorios.
- Atender especialmente las situaciones de pérdida de calidad de empleo. Esta dimensión se ha constituido en uno de las principales, si no el principal, problema de empleo en el país, con fuertes implicancias en materia de integración social y situaciones de exclusión.
- Descentralización efectiva (recursos y potestades) de las políticas de empleo.

Con todo, es preciso decir con Albuquerque (2004), que es importante insistir en que el desarrollo económico local es un enfoque alternativo al de las políticas asistenciales de superación de la pobreza, y que busca incidir en la generación de empleo e ingresos mediante la mejora de la productividad y competitividad de los diferentes sistemas productivos locales. Esto supone avanzar desde un diseño asistencial a un planteamiento de desarrollo económico, y desde una perspectiva sectorial a una de carácter horizontal e integrada, según las características, actores y capital social de cada territorio. Es en el ámbito local donde se define la demanda de modernización del tejido de empresas existente, y a partir de esa demanda debe construirse la oferta apropiada de servicios de innovación y capacitación técnica y empresarial para el fomento productivo local.

Desde el punto de vista del empleo y en medio de las enormes y permanentes innovaciones tecnológicas que existen hoy en día, la capacidad de adaptación de la mano de obra es otro factor decisivo. De ahí la prioridad que debe otorgarse a los programas de capacitación y recalificación de la mano de obra, a aquellas instituciones que favorecen la cooperación entre empresarios y trabajadores, al desarrollo de sistemas adecuados de protección social, tanto de carácter permanente como de emergencia, y a una razonable política salarial. Como es obvio, la creación de empleo no puede considerarse al margen de un entorno macroeconómico estable y un crecimiento dinámico (Atria, 2003).

El tema del empleo esta directamente ligado al objetivo del CH, ya que el desarrollo que ciertas actividades especializadas requieren de personas que puedan desarrollarlas con calidad y eficiencia. No se desarrolla CH sino es para que sea aplicado en el mercado laboral, y generar con ello un ingreso adecuado para la satisfacción de las necesidades que establezcan una buena calidad de la vida del trabajador.

b) Capital Humano

La importancia de la relación entre el desarrollo local y las capacidades humanas se aclara con las ideas de Vazquez Barquero (2007), quien menciona que el núcleo del proceso de desarrollo residiría en el desarrollo de las capacidades humanas y, en particular, de la capacidad creadora de la población, que es una de las claves del proceso de acumulación de capital y del progreso económico de las sociedades y territorios.

Después Vazquez Barquero (2009), afirma que uno de los ejes principales de la política de desarrollo local es la difusión de las innovaciones y el conocimiento en el tejido productivo local, lo que permite la introducción de nuevos productos y la diferenciación de los existentes, los cambios de los procesos productivos, la apertura de nuevos mercados. Todo ello contribuye al aumento de la productividad y de la competitividad de las empresas.

Sen (2002), también describe la necesidad del desarrollo de estas capacidades para el desarrollo local y propone un cambio importante en la interpretación del desarrollo, cuando sostiene que el concepto de desarrollo va más allá del crecimiento y de los niveles de la renta *per cápita* de un país o de un territorio, ya que son tan sólo un instrumento para que la población realice sus capacidades. Lo realmente importante es que las personas lleven a cabo aquellas funciones y actividades que desean y sean capaces de realizar. Es decir, el desarrollo económico se consigue

mediante la utilización de las capacidades que las personas han desarrollado gracias a los recursos materiales y humanos, y a la cultura que posee el territorio.

Para mostrar la estrecha relación existente entre desarrollo y libertad, Sen argumenta que lo importante en los procesos de desarrollo es la capacidad de los ciudadanos para poder decidir sobre cuáles son las potencialidades que están dispuestos a utilizar en la realización de su proyecto de vida y, por lo tanto, en su contribución al desarrollo; es decir, se trata de que los ciudadanos puedan elegir, de que la población tenga las oportunidades para poder realizar las actividades que desee con las habilidades y el conocimiento que tiene. Desde esa perspectiva, la libertad de elegir de los ciudadanos ocuparía un lugar central en los procesos de desarrollo, por lo que Sen argumenta que las instituciones, y las normas y reglas, formales e informales, deberían contribuir al ejercicio de la libertad de los ciudadanos y que la libertad es un valor intercultural ya que permite siempre y en todo lugar la utilización de las capacidades de la población (Vazquez Barquero, 2007).

Por otro lado se puede considerar que el territorio juega un papel estratégico en el proceso de creación y difusión de las innovaciones y del conocimiento entre las empresas. Las innovaciones y el cambio tecnológico surgen en un territorio concreto y están asociados con el saber hacer local, la cualificación de los recursos humanos, los centros y organizaciones del conocimiento que realizan investigación y desarrollo, y en definitiva, con el sistema local de innovación. El conocimiento, a su vez, se ha convertido en un recurso estratégico para la evolución de los procesos de integración económica y las nuevas formas de organización de la producción, lo que ha dado lugar a que el aprendizaje se haya convertido en el proceso a través del que se genera y transforma el conocimiento. Ahora bien la creación de conocimiento supone la existencia previa de conocimiento, los procesos de aprendizaje dependen de factores como la problemática de las empresas, de la economía y la sociedad local, la organización del sistema de empresas, la capacidad innovadora de las empresas y la cultura emprendedora e innovadora del entorno. En resumen, la difusión de las innovaciones y del conocimiento por el tejido productivo permite obtener economías,

internas y externas, de escala y economías de diversidad a todas y cada una de las empresas del sistema productivo y, por lo tanto, genera el aumento de la productividad y de la competitividad de las empresas y de las economías locales (Vázquez Barquero, 2007).

Así, también el ILPES menciona que los recursos humanos, como cualquier otro recurso requieren de una gestión adecuada para aprovecharlos al máximo. Esta gestión tiene dos vertientes coincidentes con el doble aspecto del recurso humano como objeto y sujeto del desarrollo y de la utilización del capital y de la tecnología (ILPES, 1998).

Cuando se habla de usar las nuevas tecnologías para hacer productivas a las empresas, puede percibirse cierta contradicción pero como señala el ILPES, si bien puede haber cierta contradicción no es en realidad tal porque, aunque la introducción del progreso tecnológico ha expulsado desde siempre trabajo humano, no ha eliminado sin embargo empleo a largo plazo. Su implantación ha puesto en marcha mecanismos económicos y sociales que, a la larga, han dado lugar a nuevas oportunidades generadoras de puestos de trabajo adicionales. Es más, la no introducción o la introducción tardía de la tecnología necesaria se ha demostrado históricamente más peligrosa para el empleo al mermar la productividad y, por tanto, la competitividad en una economía abierta (ILPES, 1998).

En definitiva como dice Vázquez-Barquero (2009), si hay un objetivo específico de la política de desarrollo local, ese es la formación del CH, ya que a través de éste se incorpora conocimiento en la producción de bienes y servicios y en la gestión de la propia estrategia de desarrollo. Cuando las acciones de formación se insertan en la estrategia de desarrollo, la mejora de la calidad de los recursos humanos propicia el aumento de la productividad, estimula la competitividad, e incluso afecta al modelo cultural en el que se apoya el proceso de desarrollo.

Muchas de las prácticas del paradigma de las TIC están siendo incorporadas de manera gradual y general hasta ser aceptadas como obvio “sentido común” organizativo. Las redes descentralizadas con un centro coordinador reemplazan a las pirámides cerradas, centralizadas y rígidamente controladas. La mejora continua y la innovación están reemplazando a la práctica anterior de rutinas estables y cambio planificado. Nociones como la de “CH” y el poder creador de valor del conocimiento y la experiencia están desplazando a la visión del personal como “recurso humano”. Aunque todavía hay resistencia ante algunos de estos cambios, ningún otro ha estado tan sujeto a debate y a posturas extremas como el proceso de globalización. Un rasgo particular de las TIC es la naturaleza intangible de muchos de sus productos y servicios. Esto hace posible la tercerización de la mayoría de los servicios internos de oficina, incluidos los centros de llamada a cualquier parte del planeta donde un emprendedor competente y responsable ofrezca el servicio. Lo mismo se puede decir de los servicios de traducción y de interpretación de datos complejos digitalizados en cualquier campo (geología, medicina, biología, finanzas, climatología, y otros), siempre y cuando los especialistas adecuados estén disponibles (Pérez, 2010).

Queda manifiesta la importancia del CH, cuyo desarrollo es indispensable para llevar a cabo el desarrollo local, que comprenda todas las cualidades y capacidades humanas de manera holística; y sabiendo que es el CH el que puede hacer posibles los demás objetivos del desarrollo, como son la inclusión social, o bien el cuidado del medio ambiente, o de igual manera el CH es quien puede crear las instituciones que regulen este desarrollo, o la vinculación con otras entidades como gobiernos, centros de investigación o empresas. En este caso es de capital importancia el CH para la implementación de la alta tecnología en las MIPYMES, teniendo como escenario fenómeno del comercio electrónico que requiere un conocimiento adecuado para el uso de las TIC's.

c) Cuidado del medio ambiente

En una perspectiva de desarrollo local, aun cuando se prioriza el estudio del CH, no se puede prescindir de otros ámbitos, sin los cuales no sería posible el verdadero desarrollo. Es por ello que se expresarán otros objetivos que deben estar presentes en un enfoque de esta naturaleza.

La última década ha sido testigo de un profundo cambio de actitudes de la sociedad hacia los problemas del medio ambiente. Mientras en los años 70 las preocupaciones medioambientales se consideraban el reflejo de un radicalismo antiempresarial pero se ha ido imponiendo progresivamente a partir de los 80. Esta toma de conciencia es resultado de una lenta transformación de los valores de la sociedad, aunque todavía está lejos de ser homogénea. La gestión medioambiental puede conllevar tanto importantes costos como beneficios; la experiencia demuestra que no ha supuesto grandes perturbaciones en la inversión, los beneficios, el empleo o los precios. En el lado positivo las tecnologías limpias han estimulado el crecimiento, el empleo y la conservación de los recursos (ILPES, 1998).

Las nuevas necesidades reclaman nuevas cualificaciones y esto significa traducir las necesidades de desarrollo en oportunidades de empleo mediante cierta especialización de los recursos humanos, pero también mediante el desarrollo de ciertas capacidades basadas precisamente en la no especialización y polivalencia de esos recursos y, por tanto, en la apropiación de aquellas capacidades básicas que permiten aprender a emprender. Promover la creatividad y la innovación es ayudar a dinamizar los recursos existentes en el territorio (ILPES, 1998).

d) Inclusión social

Atria (2003), menciona que entre los principales desafíos futuros se encuentra la necesidad de explorar la formación y mantención de capital social en las sociedades de América Latina y el Caribe, que son altamente desiguales y segmentadas. Asimismo, de examinar las mejores formas de eslabonamiento entre organizaciones

de base y estado para eliminar aspectos negativos del desarrollo latinoamericano, como son el clientelismo y la corrupción. En ese desafío adquiere extrema importancia el fortalecimiento de los actores sociales más débiles y el rendimiento de cuentas de la gestión pública en sus niveles municipales, regionales y nacionales. Entre los actores principales que hay que considerar se encuentran las mujeres pobres urbanas y rurales, así como grupos rurales e indígenas largamente excluidos de los procesos de desarrollo.

La persistencia de la pobreza, que tiende a ser endémica en la región, es un enorme obstáculo para alcanzar la equidad, imperativo ético y estratégico del desarrollo. En esa perspectiva, la CEPAL ha insistido en que la política social deber tener la capacidad de influir en los determinantes estructurales a través de los cuales se reproducen la pobreza y la desigualdad de generación en generación: la mala distribución de las oportunidades educativas y ocupacionales, la pronunciada desigualdad en la distribución de la riqueza, la elevada dependencia demográfica y las dimensiones étnicas y de género que la acompañan (Atria, 2003).

En Europa como describe Melián (2010), las fórmulas empresariales forman parte de lo que se conoce como las iniciativas locales de empleo, cuya finalidad u objetivo principal es favorecer la inserción socio-laboral de los diferentes colectivos con mayor riesgo de exclusión (mujeres, jóvenes, inmigrantes, personas discapacitadas, etc.) en el mercado de trabajo. Hacia este objetivo se dirigen una parte importante de las políticas formuladas por la Unión Europea (UE) y por los diferentes niveles de la administración pública española (Central, Autonómico y Local). Las políticas europeas impulsoras del desarrollo local arrancan a comienzos de los años ochenta del siglo pasado con el Programa de Iniciativas Locales para la Creación de Empleo de la OCDE (1982-1985), continúan en los años noventa con los programas LEDA (*Local Economic Development Action*), se consolidan a finales de siglo pasado y comienzo del actual con las Iniciativas Comunitarias LEADER (*Liasions Entre Actions de Développement de l'Economie Rural*), LEADER Plus y PRODER (Programas Regionales de Desarrollo

Rural) y se actualizan con el Programa Comunitario para el Empleo y la Solidaridad Social (Progress) 2007-2013 y el Programa Comunitario de Lisboa 2008-2010.

En América Latina existe hoy un renovado activismo social, como también una nueva generación de políticas sociales. Sólo considérense, a modo de ejemplo, las numerosas medidas de acción afirmativa destinadas a superar la centenaria exclusión de los pueblos indígenas y los afrodescendientes. La inclusión social ha pasado a ser un antídoto contra la pobreza y la desigualdad recalcitrantes, contra los desajustes asociados con la globalización y contra el descontento generalizado con políticas pasadas. En el nuevo siglo, América Latina va asemejándose a Europa, donde las iniciativas públicas para combatir la exclusión social, que datan de la década de 1980, están sólidamente incorporadas a la política social tanto a nivel regional como nacional (Buvinic, 2004).

Se ha notado con lo dicho anteriormente, que una estrategia para la inclusión social que establezca los caminos para salir de la pobreza y la desigualdad, y se puedan enfrentar los retos de la globalización es la generación de CH para todas las personas.

3.1.7 Recursos del desarrollo local

Boisier (2005), cita un importante trabajo (PNUD/OIT/UNOPS/EUR, 2002) que destaca algunos puntos relevantes sobre el desarrollo local:

1. El desarrollo de un territorio está fuertemente condicionado por la voluntad y capacidad de los actores locales.
2. El desarrollo de un territorio gira alrededor de la valorización de las potencialidades locales.
3. En todas partes se ha comprobado la importancia de la pequeña y mediana empresa; el desarrollo depende de la capacidad de integrar las iniciativas empresariales.
4. El territorio debe dotarse de instrumentos adecuados.

5. El secreto del éxito reside en la capacidad de interacción activa entre lo local, lo nacional y lo internacional.

Estos puntos ayudan a entender la pertinencia de la investigación que se lleva a cabo, y que los conceptos principales que en ella se manejan pueden integrarse de manera coherente en una perspectiva de desarrollo local.

3.1.8 Dimensiones del desarrollo local

Ante el fenómeno de la globalización Boisier (2005), menciona que surgen tres enfoques complementarios de ese desarrollo, que no son necesariamente independientes unos de otros y que cobijan modalidades diferentes y sustantivas de desarrollo local, más allá de su dimensión geográfica:

- a) El enfoque del desarrollo local como una matriz de estructuras industriales diversas.
- b) El enfoque del desarrollo local como un proceso endógeno de cambio estructural.
- c) El enfoque del desarrollo local como el “empoderamiento”¹³ de una sociedad local.

A favor de esta investigación se puede comentar que la eficiencia de las estructuras industriales, el cambio estructural endógeno, y el empoderamiento de la sociedad local, no son posibles si antes no hay un CH adecuado que gestione esas vertientes del desarrollo.

3.2 Teoría de la economía del conocimiento

Esta teoría ayuda a describir el marco de las dos variables principales de la investigación, es decir, aquí se manifiesta la importancia de las TIC`s que hacen posible el comercio electrónico desde las MIPYMES y también se determina el valor

¹³ Hacer poderoso o fuerte a un individuo o grupo social desfavorecido (RAE, 2016).

del CH, que con sus habilidades, destrezas y principalmente el conocimiento hace posible que la información tenga verdadera utilidad como medio para el desarrollo de una localidad.

Durante las últimas décadas, varios expertos han sostenido que la vanguardia de la economía en los países desarrollados se ha impulsado por tecnologías basadas en el conocimiento y la producción de información. Estas nuevas tecnologías, que surgieron a finales de los años cincuenta del siglo XX, se expandieron con la proliferación de computadoras personales y luego aumentaron con el uso generalizado del correo electrónico e Internet, tienen un potencial considerable para rehacer la naturaleza del trabajo y la economía (Powell, 2004).

Para entender mejor esta teoría previamente, es necesario hacer una diferencia entre información y conocimiento. Poseer conocimientos, es ser capaz de realizar actividades intelectuales o manuales a partir de las intelectuales. El conocimiento es por tanto fundamentalmente una actividad cognoscitiva. La información, en cambio, es un conjunto de datos, estructurados y formateados pero inertes e inactivos hasta que no sean utilizados por los que tienen el conocimiento suficiente para interpretarlos, manipularlos y aplicarlos (Foray, 2002).

Los antecedentes de la economía del conocimiento están en la revolución del conocimiento. La revolución del conocimiento se refiere a un cambio de paradigma a escala global que muchos comparan con las revoluciones agrícolas e industriales. Se refiere a un cambio socioeconómico fundamental: de una economía basada en la industria a una basada en el conocimiento o la información, de agregar valor al producir cosas que, en última instancia, se limita a agregar valor creando y utilizando conocimientos que pueden crecer indefinidamente. La revolución del conocimiento sostiene que la nueva fuente de riqueza es el conocimiento, y no solamente la mano de obra, la tierra o el capital financiero (Bratianu, 2010).

En las últimas décadas se ha afianzado la idea de que las industrias basadas en el aprendizaje y el conocimiento son la clave del crecimiento, y que la sociedad está en una economía basada en el conocimiento o aún más, una forma de sociedad del conocimiento. En esta parte se busca dar una definición de esta teoría de la economía del conocimiento, aunque es sabido que no hay un consenso sobre el significado de la misma. La OCDE ha expresado que la economía basada en el conocimiento es aquella que se basa en la producción, distribución y uso de información y conocimiento OCDE (1996), quedando así acuñado el concepto de economía del conocimiento, al cual muchos otros hacen referencia, para compararlo, complementarlo, comentarlo o hacer algún tipo de crítica.

En cierto que siempre en la historia humana el conocimiento ha sido fundamental para su evolución y desarrollo, pero decir que en la actualidad las economías industrializadas se basan en el conocimiento no es más que el reconocimiento de que el contenido y la estructura de las actividades económicas, así como gran parte de los fundamentos sociales de los países industrializados, se pueden distinguir de sus predecesores por el ritmo y el alcance de la producción y aplicación de los conocimientos. Todas las sociedades se basan en el conocimiento debido a su dependencia de un conjunto de artefactos físicos e instituciones culturales cuya producción y articulación requieren conocimientos según lo menciona Steinmueller (2002). El rasgo distintivo de las sociedades modernas basadas en el conocimiento es el alcance y el ritmo del crecimiento, así como la alteración en la acumulación y transmisión de los conocimientos.

Según Powell (2004), la economía del conocimiento se define como producción y servicios basados en actividades intensivas en conocimiento que contribuyen a un ritmo acelerado de avance tecnológico y científico, así como una obsolescencia igualmente rápida. Los componentes clave de una economía del conocimiento incluyen una mayor dependencia de las capacidades intelectuales que de los insumos físicos o de los recursos naturales, combinados con esfuerzos para integrar mejoras en todas las etapas del proceso productivo, desde el laboratorio de investigación y

desarrollo en la planta de fábrica hasta la interacción con los clientes. Estos cambios se reflejan en la creciente participación relativa del PIB atribuible al capital intangible.

Para Naumann (2005), la economía del conocimiento es una economía basada en la información y sus derivados, una economía que aporta valor a los bienes a partir de conocimiento avanzado e innovación tecnológica, pero sobre todo, es un modelo de coordinación de una fuerza laboral que aspira no sólo a educarse por más tiempo sino a cambiar drásticamente la calidad de vida. La economía del conocimiento, como la sociedad del conocimiento, de la que forma parte, son expresiones de un avance tecnológico que ha permitido reducir los costos de transmisión de información y ampliar la capacidad para su almacenamiento físico. Pero detrás de la fachada futurista de las computadoras, los satélites y los medios de comunicación, es una forma de organización social y económica fundamentada en el derecho de todos los individuos a tener acceso a la mejor información para tomar las mejores decisiones.

En función de entender la teoría de la economía basada en el conocimiento, se puede mencionar como indica la OCDE (1996), que es el resultado de un mayor reconocimiento del papel del conocimiento y la tecnología en el crecimiento económico. El conocimiento, encarnado en los seres humanos (como CH) y en la tecnología, siempre ha sido central para el desarrollo económico, pero sólo en los últimos años ha sido reconocida su importancia relativa, así su importancia está creciendo.

Estas tendencias están llevando a revisiones de teorías y modelos económicos. Las funciones de producción tradicionales se centran en el trabajo, el capital, los materiales y la energía; el conocimiento y la tecnología eran influencias externas a la producción. Ahora se están desarrollando enfoques analíticos para que el conocimiento pueda ser incluido más directamente en las funciones de producción. Las inversiones en conocimiento pueden aumentar la capacidad productiva de los otros factores de producción y transformarlos en nuevos productos y procesos. Y dado que estas inversiones en el conocimiento se caracterizan por rendimientos crecientes

(en lugar de disminuir), son la clave para el crecimiento económico a largo plazo (OCDE, 1996).

En este mismo sentido el BM (2003), indica que una economía basada en el conocimiento se fundamenta primordialmente en el uso de ideas más que en el de capacidades físicas, así como en la aplicación de la tecnología más que en la transformación de materias primas o la explotación de mano de obra económica. El conocimiento se desarrolla y aplica en nuevas formas. Los ciclos de los productos son más cortos y la necesidad de innovación es cada vez más inminente. El comercio se expande por todo el mundo y exige una mayor competitividad de parte de los productores. La economía global del conocimiento está transformando los requisitos del mercado laboral a lo largo y ancho del orbe. Por otra parte, está imponiendo nuevas exigencias a los ciudadanos, que necesitan más habilidades y conocimientos para poder desempeñarse en su vida cotidiana.

En la nueva teoría del crecimiento, el conocimiento puede aumentar el rendimiento de la inversión, lo que a su vez puede contribuir a la acumulación de conocimientos. Esto lo hace estimulando métodos más eficientes de organización de la producción, así como productos y servicios nuevos y mejorados. Existe, pues, la posibilidad de un aumento sostenido de la inversión que puede conducir a aumentos continuos de la tasa de crecimiento de un país. El conocimiento también puede pasar de una empresa o industria a otra, con nuevas ideas utilizadas repetidamente con poco costo extra. Esos efectos indirectos pueden aliviar las limitaciones impuestas al crecimiento por la escasez de capital (OCDE, 1996).

La comunidad internacional se preguntaba cuáles serían las consecuencias de la revolución digital. Esta no se queda solamente en la perspectiva económica, sino la trasciende y genera una sociedad del conocimiento. Dentro de esta perspectiva, el Informe mundial de la UNESCO (2005), en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, muestra cómo es posible pasar de la sociedad de la información a

auténticas sociedades del conocimiento que sean fuentes de desarrollo y dinamismo autónomo:

- Las sociedades del conocimiento no se reducen a la sociedad de la información. Si bien es cierto que las nuevas tecnologías desempeñan un papel cada vez más importante, cabe señalar que el verdadero factor de impulso es el conocimiento.
- La libertad de expresión e investigación, así como el pluralismo de los medios de comunicación, son condiciones imprescindibles para el desarrollo de las sociedades del conocimiento.
- No existe un modelo único de sociedad del conocimiento. Además, a cada nación y comunidad les incumbe valorizar los conocimientos locales, tradicionales y autóctonos que poseen.
- Las sociedades del conocimiento ofrecen una nueva posibilidad de desarrollo a nivel mundial. No obstante, su auge exige un verdadero aprovechamiento compartido del conocimiento al servicio de un desarrollo humano y sostenible. (OCDE, 2001).

Ha quedado descrita la teoría de la economía del conocimiento con el apoyo de algunos teóricos sobresalientes de la misma, pero es necesario todavía explicitar sus detalles, que hagan posible asimilar a que se refiere, para ello se contemplan a continuación sus principales pilares que la sostienen.

3.2.1 Dimensiones de la economía del conocimiento

Teóricos sobresalientes de la teoría de la economía del conocimiento han definido que cuatro son las dimensiones básicas de la economía del conocimiento: 1) el incentivo económico y el régimen institucional; 2) educación y habilidades de los recursos humanos; 3) infraestructura de información y comunicación; 4) sistema de innovación. El Instituto del Banco Mundial ha considerado que estas cuatro dimensiones son significativas para el Índice de la Economía del Conocimiento (KEI, por sus siglas en inglés), utilizado para evaluar la emergencia de la economía del conocimiento en diferentes países según lo afirma Bratianu (2010). En el caso de esta

investigación son objeto de análisis directamente la segunda y la tercera dimensión, pero también las otras deberán tomarse en cuenta, aunque sea indirectamente.

El KEI tiene en cuenta si el ambiente es propicio para que el conocimiento sea utilizado efectivamente para el desarrollo económico. Es un índice agregado que representa el nivel general de desarrollo de un país o región hacia la Economía del Conocimiento. El KEI se calcula sobre la base del promedio de las puntuaciones de desempeño normalizadas de un país o región según las cuatro dimensiones principales de la economía del conocimiento (World Bank Institute, 2007):

- Incentivo económico y régimen institucional. El régimen económico e institucional del país debe incentivar el uso eficiente de los conocimientos existentes, la adquisición de nuevos conocimientos y la aplicación de ambos a la actividad económica para mejorar la producción, elevar la calidad, innovar y lanzar nuevas empresas.
- Educación y habilidades de los recursos humanos. Las personas necesitan educación y desarrollo de habilidades que les permitan crear y compartir conocimientos, y usarlos bien.
- Infraestructura de información y comunicación. Se necesita una infraestructura de información dinámica para facilitar la comunicación, la difusión y el procesamiento de la información.
- Sistema de innovación. El sistema de innovación del país desde empresas, centros de investigación, universidades, consultores y otras organizaciones, debe ser capaz de aprovechar el creciente *stock* de conocimiento global, asimilarlo y adaptarlo a las necesidades locales, y crear una nueva tecnología que sustente el desarrollo de nuevos productos y procesos que pueden competir en los mercados de exportación y satisfacer las necesidades en el hogar.

Tanto los países desarrollados como los países en desarrollo deben considerar su futuro en un sistema mundial donde el conocimiento es valioso. Para convertirse en economías del conocimiento exitosas, los países deben actuar simultáneamente sobre

su base educativa, sus sistemas de innovación y su infraestructura de tecnología de la información y la comunicación, al tiempo que también construyen un régimen económico e institucional de alta calidad. Las estrategias deben adaptarse al nivel de desarrollo de un país, y el progreso suele ser gradual, pero algunos países han logrado progresos espectaculares en una década (World Bank Institute, 2007).

Bratianu (2010), afirma que las inversiones en educación y capacitación, la innovación y la adopción tecnológica, la infraestructura de la información y un incentivo económico y un régimen institucional propicios son necesarios para la creación, adopción, adaptación y utilización sostenibles de los conocimientos en la producción económica nacional. Esto tendería a aumentar la probabilidad de desarrollo económico, en la actual economía mundial altamente competitiva y globalizada.

Una vez que se ha definido la teoría de la economía del conocimiento y que se han explicado sus componentes principales, es conveniente describir la relación de esta propuesta teórica con la variable de CH, objeto principal del análisis de esta investigación.

3.2.2 El CH en la teoría de la economía del conocimiento

Para comprender el vínculo entre la teoría de la economía del conocimiento y el CH se puede iniciar con el supuesto de la OCDE (2001), de que los conceptos de economía del conocimiento y trabajador del conocimiento se basan en la visión de que la información y el conocimiento están en el centro del crecimiento económico y el desarrollo. La capacidad de producir y utilizar eficazmente la información es, por lo tanto, una fuente vital de habilidades para muchas personas.

La economía basada en el conocimiento está marcada por la creciente demanda del mercado de trabajo de trabajadores más calificados, que también están disfrutando de primas salariales. Estudios realizados en algunos países muestran que cuanto más rápida es la introducción de medios de producción intensivos en conocimientos, como los basados en las tecnologías de la información, mayor es la

demanda de trabajadores altamente calificados. Otros estudios muestran que los trabajadores que utilizan tecnologías avanzadas, o que están empleados en empresas que tienen tecnologías avanzadas, reciben salarios más altos. Esta preferencia del mercado laboral por los trabajadores con competencias generales en el manejo del conocimiento está teniendo efectos negativos en la demanda de trabajadores menos calificados; Existe la preocupación de que estas tendencias pudieran excluir una proporción grande y creciente de la fuerza de trabajo de los trabajos salariales normales (OCDE, 1996).

También CEPAL-SEGIB (2008), sostienen que el nuevo contexto de economías basadas en el conocimiento ha puesto de manifiesto la importancia del CH para sustentar el dinamismo innovador de los países. La educación y la formación de CH han pasado a considerarse elementos centrales de las estrategias de desarrollo tecnológico de los países y de las empresas, más allá de las necesidades sociales de cobertura educacional universal.

Por lo tanto, el mundo global ha llegado a considerar el conocimiento y la tecnología como el corazón y la mente de la economía global. Los países que prosperan son aquellos que animan a su gente a desarrollar las habilidades y competencias que necesitan para convertirse en mejores trabajadores, gerentes, empresarios e innovadores. Los formuladores de políticas actuales deben ampliar las fortalezas existentes de su país mediante inversiones cuidadosas en educación, calidad institucional y tecnología relevante. Deben crear empresas que sean lo suficientemente conocedoras como para reconocer nuevas oportunidades competitivas, y suficientemente hábiles para convertir esas oportunidades en riqueza (Bratianu, 2010).

En la mayoría de los puestos de trabajo de las industrias tradicionales se les exige a los empleados que aprendan a realizar funciones de rutina que, en gran parte, se mantienen constantes con el tiempo. En estos casos el aprendizaje suele darse cuando un empleado entra a desempeñar un cargo nuevo. En la economía del

conocimiento, el cambio sucede con tal rapidez que los trabajadores deben adquirir constantemente nuevas destrezas. Así pues, las empresas ya no pueden depender únicamente de los nuevos egresados, ni de los nuevos empleados que ingresen al mercado laboral, como fuente principal de nuevas habilidades y conocimientos. Por el contrario, requieren trabajadores que estén dispuestos a actualizar sus destrezas en el transcurso de su vida (Banco Mundial, 2003).

Los nuevos paradigmas tecnológicos como las tecnologías de la información y de las comunicaciones, la biotecnología y la nanotecnología, junto con los cambios en la gestión de la producción a nivel internacional, se han traducido en una demanda creciente de recursos humanos calificados para la investigación y desarrollo y el manejo empresarial. Al mismo tiempo, en un contexto de economías abiertas la movilidad de talentos y el intercambio de personal especializado son elementos que están cobrando una relevancia cada vez mayor. Asimismo, los sectores más dinámicos de las economías más avanzadas, tales como los de servicios tecnológicos, presentan una demanda creciente de trabajadores calificados en las áreas de ciencia y tecnología. Disponer de una masa crítica de recursos humanos especializados en este campo se plantea así como una prioridad para los países desarrollados y en desarrollo (CEPAL-SEGIB, 2008).

Para muchos países, el aprendizaje permanente se está convirtiendo en una necesidad, que abarca mucho más que la formación académica y la capacitación posterior a la escolaridad formal. Un esquema de aprendizaje permanente abarca el aprendizaje durante todo el ciclo vital del ser humano, desde preescolar hasta su jubilación, y en diferentes ambientes de aprendizaje, bien sean éstos formales, no formales o informales. Las oportunidades de aprender en el transcurso de la vida se tornan cada vez más críticas para los países que buscan ser competitivos en la actual economía global basada en el conocimiento (Banco Mundial, 2003).

Para aprovechar el potencial de los nuevos conocimientos y acelerar el cambio técnico, se necesita una fuerza de trabajo educada y calificada. Asegurar que los

gastos en educación se asignen eficientemente y que toda la población pueda participar en la economía basada en el conocimiento requiere una atención especial según describe Kuznetsov (2008). Porque la educación es la base para crear, adquirir, adaptar, difundir, compartir y usar el conocimiento.

Por ello según el BM (2003), la formación del CH que puede insertarse adecuadamente en la economía del conocimiento debe tener en cuenta las tres dimensiones para su adquisición:

- La formación y capacitación formales comprenden programas estructurados, que son reconocidos por el sistema educativo formal y que conducen a la obtención de certificados aprobados.
- La formación y capacitación no formales incluyen programas estructurados que no son reconocidos formalmente por el sistema educativo nacional. Entre ellos se encuentran los programas de capacitación para práctica laboral y la capacitación estructurada en el sitio de trabajo.
- La formación y capacitación informales comprenden el aprendizaje no estructurado, que se puede impartir prácticamente en cualquier sitio, bien sea el hogar, la comunidad o el lugar de trabajo. Incluyen la capacitación no estructurada en la propia práctica laboral, que constituye la forma más corriente de enseñanza en el sitio de trabajo.

La economía del conocimiento, según Naumann (2005), considera que quienes no tengan acceso a la información y a un alto nivel educativo quedarán excluidos de un mundo en el que los cambios económicos, políticos y sociales se basarán principalmente en el conocimiento y la innovación constante. En este contexto, el acceso a una educación de calidad, el fortalecimiento de las instituciones y la creación de los instrumentos necesarios para usar y adaptar el conocimiento a la realidad de cada persona y comunidad permitirán el desarrollo de una sociedad más libre y capaz de definir su propio futuro.

3.3 Teorías del Capital Humano

Puesto que se ha determinado que de entre la amplia gama de variables que promueven el desarrollo local se analizará en esta investigación el CH, es necesario dar una explicación desde las posturas teóricas de su concepto, sus enfoques, su importancia para el desarrollo local y su relación con las MIPYMES; de manera que habiendo aclarando la esencia de esta variable más adelante se pueda entender lo que se quiere analizar y medir.

Desde hace más de un siglo se entendía que el CH es el más valioso de todos los recursos de la actividad económica. La cantidad de ese capital no es fácil de medir porque, como sucede en la actualidad con muchos bienes y servicios y con otros factores productivos, las diferencias de calidad en la cualificación de los individuos no son sencillas de valorar. El análisis de los métodos utilizados por los estadísticos e investigadores para cuantificar el CH confirma esa dificultad y a la vez, muestra de modo preciso que todo análisis en esta materia está subordinado a la existencia de datos básicos adecuados.

En la actualidad son demasiadas las personas que no reciben la oportunidad de desarrollar por completo sus habilidades. Incluso en los países desarrollados, hasta una quinta parte de los jóvenes no terminan la escuela secundaria, lo que limita gravemente sus perspectivas futuras de empleo. Esta situación se concentra frecuentemente en determinadas comunidades, lo que conduce a su marginalización de las corrientes económicas y sociales dominantes (Keeley, 2007).

Aunque desde los clásicos de la economía en el siglo XIX se menciona la importancia del CH aunque fuera indirectamente, no fue hasta la segunda mitad el siglo XX cuando Theodore Schultz (1960) y Gary Becker (1962), favorecidos por el ambiente estimulante de la investigación de la Universidad de Chicago, hicieron tratados profundos, que han sido referentes para todas las investigaciones posteriores. Estas obras permitieron desarrollar una teoría económica sobre el CH, basada

principalmente en los años de escolaridad y en la experiencia profesional en el trabajo, considerados variables que explican las funciones de ingreso individuales.

Schultz, junto a Mincer y Becker, fue el primero que se ocupó del CH evaluando efectos, costos y ventajas de la inversión en esta forma de capital con respecto a la inversión en capital físico; él afirmó que el CH servía como valor productivo en la economía de un país, además todo aumento en la renta nacional de un país procedía del crecimiento del *stock* de CH (AVSI, 2008).

La OCDE y el BM están haciendo estudios para valorizar el CH, como un elemento indispensable en la sociedad del conocimiento. Estas instituciones afirman que el CH puede ser considerado como un activo, y se tienen que determinar los indicadores que lo cuantifican y avanzar en las decisiones de inversión y utilización del mismo (Keeley, 2007).

3.3.1 Concepto de Capital Humano

Con el afán de entender con claridad la variable CH cuyo significado muchas veces ha resultado equívoco, y que ha sido motivo de grandes debates y discusiones, se describen a continuación algunas de sus concepciones más significativas, como base para tener precisión en los siguientes procesos de esta investigación.

A pesar de las críticas surgidas, la idea de CH resurge como un concepto adecuado para abordar temáticas relacionadas con la calificación de los trabajadores y su posterior incorporación en modelos de desarrollo de los países. Desde el antiguo concepto de CH a las conceptualizaciones actuales dista principalmente la apertura temática, a la par con la consideración de nuevos factores que determinan el CH de las personas. Más allá de la calificación o los años de experiencia, el capital social y cultural de las personas se transforman en aspectos centrales de las nuevas conceptualizaciones (INE, 2011).

Tabla 10 Conceptualización del CH.

Teórico	Teoría
OCDE	CH, comprende “el conocimiento, habilidades, competencias y atributos personificados en individuos para facilitar la creación de bienestar personal, social y económico.”
Adam Holbrook, 2008	CH involucra habilidades y entrenamiento. Pero esas habilidades y entrenamiento pueden ser definidos como capitales solo si ellos son conceptualizados como factores que pueden generar algún valor en retorno.
Becker, Gary Stanley, 1992	Conjunto de capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos. La noción del Capital manifiesta la idea de un stock inmaterial imputado a una persona, que puede ser acumulado y usarse.
Nonaka y Takeuri, 1992	Señala que el CH es crear nuevos conocimientos, significa literalmente recrear la empresa y a cada uno de los que la conforman un interrumpido proceso de renovación organizacional y personal.
Stewart, Thomas A. Granica, 1997	El CH de la empresa ocupa el cuadrante superior derecho, enmarcado en las personas cuyo talento y experiencias crean productos y servicios por los cuáles los clientes acuden a ella en lugar de la competencia. Es un Capital.
Edwinsoon L y Mabre M.,2000	Definen el CH como todas las capacidades, conocimientos, destrezas y la experiencia de los empleados y directivos de la empresa. Pero, debe captar la dinámica de una organización inteligente en un ambiente competitivo y cambiante.
Swan-age Westphale, 2001	Conocimiento, capacidades, competencias y otros atributos encapsulados en los individuos y en las organizaciones, que han sido adquiridos a lo largo de su vida y que son utilizados para la producción de bienes, servicios o ideas en circunstancias de mercado.
Juán León, 2002	CH es el “stock” de conocimientos y habilidades humanas más bien referidas a la educación, formación y escolaridad adquirida.
Rubén Juárez, 2003	CH es la optimización máxima del estado de bienestar físico, psíquico y social y señala la enfermedad como depreciación del CH.
Rafael Alhama Belamaric, 2006	CH es entendido como recursos en el sentido de los factores disponibles, poseídos o controlados por la empresa o del stock de conocimientos y habilidades humanas o de recursos humanos.
Becker Gary Stanley, 2006	CH son los conocimientos y habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de trabajo, o el aprovechamiento al máximo del aporte humano, que como activo intangible se le asigna un valor como parte del capital.
Riel Millar, 2006	Conocimiento que adquieren los individuos a lo largo de su vida para producir bienes, servicios e ideas bajo condicionantes tanto de mercado como de no mercado
Jorgen Mortensen 2001	El valor que es estimado o imputado de las calificaciones del conocimiento científico y técnico de las capacidades, experiencia de un individuo que son propiedad de éste, que son relevantes o impactan en la actividad económica de la empresa donde laboran.

Fuente: Elaboración propia a partir de Torres (2009).

En la tabla anterior elaborada, con el propósito de describir el concepto de CH Torres (2009), menciona algunas definiciones en las cuales se muestra que el CH se integra por el conocimiento, educación, formación, escolaridad, entrenamiento, talento, experiencias, habilidades, competencias, capacidades, salud, calidad de trabajo, de los individuos o personas para ser aplicadas en la producción, que le ayudan a ser creativa, productiva, mejorar su salario, incrementar su nivel de bienestar y que a su vez pueden ayudar en la eficiencia, productividad, economía y competitividad de las empresas e instituciones.

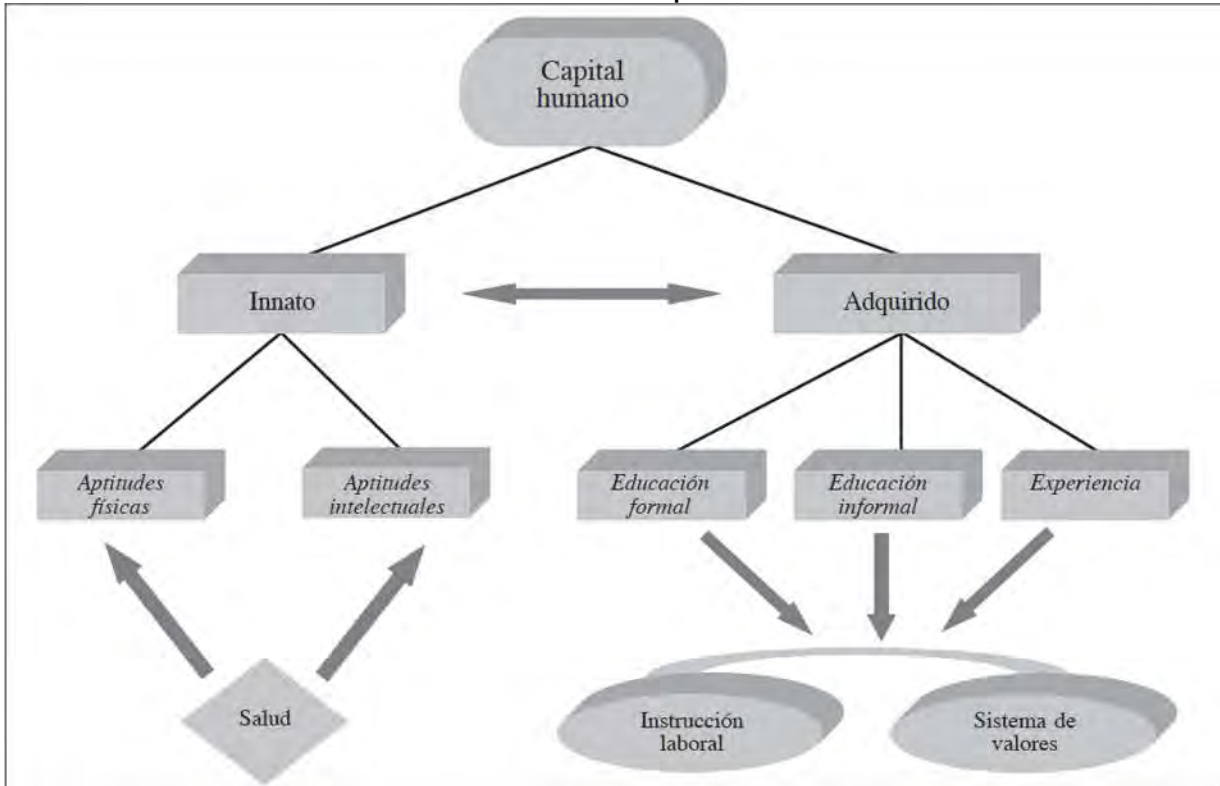
La OCDE define el CH como los conocimientos, habilidades, competencias y atributos incorporados en los individuos y que facilitan la creación de bienestar personal, social y económico (Keeley, 2007).

En este mismo sentido se define el CH como el conocimiento que posee, desarrolla y acumula cada persona en su trayectoria universitaria o de formación, así como la laboral y organizacional (Torres, 2009).

Sin embargo Sen (1998), haciendo un análisis de las diferencias entre CH y capacidad humana, expresa que el concepto de CH es más limitado puesto que sólo concibe las cualidades humanas en su relación con el crecimiento económico mientras que el concepto de capacidades da énfasis a la expansión de la libertad humana para vivir el tipo de vida que la gente juzga valiedera. Cuando se adopta esta visión más amplia, el proceso de desarrollo no puede verse simplemente como un incremento del PIB sino como la expansión de la capacidad humana para llevar una vida más libre y más digna.

A partir de las diferentes definiciones, en este trabajo se ha optado por una definición de CH que incluye diversos elementos y que se sustenta en las vías de adquisición y acumulación de CH. Para explicar la definición propuesta, se seguirá el esquema contenido en el gráfico siguiente.

Ilustración 17 Concepto de CH



Fuente: Giménez (2005).

Como se muestra en la gráfica, se considera que el CH puede tener un origen innato o adquirido. El CH innato comprende aptitudes de tipo físico e intelectual, que pueden verse modificadas debido a las condiciones de alimentación y salud. El CH adquirido se irá constituyendo a lo largo de la vida de los sujetos, a través de la educación formal, de la educación informal y de la experiencia acumulada. Estos tres tipos de formación adquirida van a condicionar la instrucción laboral y el sistema de valores de los sujetos, que determinarán, junto a las aptitudes innatas, su rendimiento en el trabajo.

3.3.2 Importancia del Capital Humano

En la trayectoria económica a partir de la revolución industrial las corrientes teóricas definieron los elementos que podían generar la riqueza de países y sociedades, tierra, capital monetario, y trabajo. Pero la importancia del CH tuvo su auge en 1961 cuando Theodore Schultz observaba que los “economistas han sabido desde hace mucho que la gente es una parte importante de la riqueza de las naciones”. Nadie podía discutirlo: después de todo, los economistas siempre habían incluido la fuerza de trabajo como un factor en la creación de la producción económica (Keeley, 2007).

Desde la visión de la Keeley (2007), señala la importancia del CH indicando que el éxito económico depende de manera crucial del CH: el conocimiento, habilidades, competencias y atributos que le permiten a la gente contribuir a su bienestar personal y social, así como el de su país. Y enfatiza que CH va más allá de la economía. Aumentar el CH incrementa los niveles de salud, la participación en la comunidad y las perspectivas de empleo. De hecho, puesto que la globalización hace más necesarias las habilidades, tecnología y adaptación, la importancia del CH crecerá en los años siguientes.

Si bien el desarrollo del CH en muchas propuestas debe empezar desde los primeros años de la vida e ir escalando en las etapas del desarrollo biológico y social, y muchos países lo planean y promueven en ese sentido, también es cierto que se descuida después de haber concluido una carrera profesional, siendo que en un mundo donde el valor económico de la educación está aumentando, la gente no puede darse el lujo de dejar de desarrollar su CH el día en que sale de la escuela o la universidad (Keeley, 2007).

En el mismo sentido tampoco se puede eludir la idea de que en la actualidad son demasiadas las personas que no reciben la oportunidad de desarrollar por completo sus habilidades. Incluso en los países desarrollados, hasta una quinta parte de los jóvenes no terminan la escuela secundaria, lo que limita gravemente sus

perspectivas futuras de empleo. Esta situación se concentra frecuentemente en determinadas comunidades, lo que conduce a su marginalización de las corrientes económicas y sociales dominantes (Keeley, 2007).

Se puede entonces afirmar que el ejercicio del comercio electrónico que llevan a cabo las MIPYMES en la ciudad de Morelia, Michoacán, México puede aprovechar en CH de los trabajadores que lo llevan a cabo. Pero surgen algunas preguntas que esta investigación buscará responder. ¿Qué relación hay entre CH y comercio electrónico en las MIPYMES de Morelia, Michoacán, México?, ésta y otras preguntas requieren precisión en el análisis e indicadores que demuestren la situación del CH y su relación con el fenómeno de estudio.

PARTE III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Hipótesis de la investigación

4.1.1 Hipótesis general

Hay relación entre el CH y el comercio electrónico que hacen los empresarios de las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

4.1.2 Hipótesis específicas

H₁. Hay relación entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

H₂. El comercio electrónico aprovecha el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

H₃. El comercio electrónico utiliza el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

H₄. Las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México protegen el CH innato.

4.2 Definición conceptual

Se presentan en la siguiente tabla los conceptos mas importantes para la investigación, pues determinan las principales variables que se están estudiando.

Tabla 11 Definición conceptual

VARIABLE	DEFINICIÓN
Comercio electrónico	Toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales. (Gariboldi, 1999)
CH	Los conocimientos, habilidades, competencias y atributos incorporados en los individuos y que facilitan la creación de bienestar personal, social y económico (Keeley, 2007).

Fuente: Elaboración Propia (2016).

4.3 Variables e Indicadores

Aunque esta investigación no procura un alcance explicativo, sino correlacional y por tanto no se describirá como un fenómeno de causa-efecto, donde una variable (independiente) fuera la causa de la otra (dependiente) como menciona Hernández (2010), sí será preciso que se haga una descripción exhaustiva de la concepción, origen e integración de dichas variables. Por lo cual, partiendo de la necesidad de definir las variables e indicadores para llevar a cabo una investigación cuantitativa de la relación entre el comercio electrónico y el CH en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México, se desarrolla este apartado, que demuestra la importancia de las variables e indicadores ante un fenómeno novedoso donde el consenso de los conceptos que lo integran no es lo común y menos aún cuando se pretende exponer una relación con la manera de fomentar una mejor calidad de vida en la población a partir del aprovechamiento y desarrollo de capacidades humanas.

De manera general las variables objeto de estudio de esta investigación pueden enunciarse de la siguiente manera:

Dependiente

- CH.

Independiente

- Comercio electrónico de las MIPYMES de Morelia, Michoacán.

Con el objeto de dar una primera idea de esta propuesta de variables se presenta el siguiente gráfico. En en que se muestra como los indicadores del comercio electrónico (variable independiente), se relacionan con una la variable CH (variable dependiente) que es una variable del desarrollo local.

Tabla 12 Relación de las variable de investigación



Fuente: Elaboración propia, (2015).

Cuando se pretende hacer un análisis de la manera en que el comercio electrónico puede tener relación e impulsar el CH para generar un mejor nivel de vida y así impulsar el desarrollo local desde la actividad de las MIPYMES de una ciudad; es necesario comenzar por entender conceptualmente los fenómenos que se relacionan en el estudio y determinar las variables e indicadores¹⁴ que los describen. Pues teniendo claridad en las variables e indicadores se pueden proponer, generar, o adecuar los modelos de medición que muestren de manera eficiente la relación.

En este análisis en primer lugar se indica la importancia de definir estos indicadores y para que servirá este esfuerzo; después se describen algunas propuestas muy citadas que han modelado indicadores para los fenómenos del estudio, y así, a partir de los modelos mencionados se hará una propuesta de variables

¹⁴ En su acepción general, un indicador es un dispositivo o una señal que comunica o pone de manifiesto un hecho. No obstante, en este trabajo utilizamos este término para hacer referencia de forma específica a los datos que reflejan el estado de una situación, o de algún aspecto particular, en un momento y un espacio determinados, de forma tal que sintetizan la información que proporcionan los diversos parámetros o variables que afectan a la situación objeto del análisis, con objeto de observar su evolución en el tiempo y estudiar las tendencias manifestadas. E. Raya Díez, «Exclusión social: Indicadores para su estudio y aplicación para el trabajo social», Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, n.º 70, 2007, pp. 155-172, p. 157, define los indicadores como instrumentos útiles para facilitar el conocimiento de algún fenómeno empírico, y pone de manifiesto que su uso está vinculado al estudio de los fenómenos sociales más complejos y de conceptualización más abstracta. Como refieren M.ª Rosalía Vicente Cuervo y Ana Jesús López Menéndez, «Métricas e Indicadores de la Sociedad de la Información: panorámica de la situación actual», Estadística española, vol. 50, n.º 168, 2008, pp. 273-320, p. 275, los indicadores deben cumplir tres funciones básicas: a) han de representar de forma simplificada el fenómeno objeto de estudio; b) han de medirlo cuantitativamente y; c) han de utilizarse para transmitir información relevante sobre aquel.

e indicadores propia para conocer la relación del comercio electrónico y el CH, desde un enfoque de desarrollo local.

4.3.1 Importancia de los indicadores

Existe la necesidad de medir con indicadores válidos el CH relacionado con el novedoso fenómeno del comercio electrónico, esta inquietud surge dado que se analiza si el desarrollo de CH tienen relación con el comercio electrónico que realizan las MIPYMES de la ciudad de Morelia, y medir en qué sentido esta relación impulsa la calidad de vida, pues es en la calidad de vida donde se manifiesta el verdadero desarrollo local. Es difícil medir el CH con los indicadores disponibles, todavía más aun medir la relación con el comercio electrónico; pero ante el crecimiento de esta actividad en todos los mercados globales, regionales y locales, y la potencialidad que puede desarrollar, bien vale hacer un esfuerzo para definir un modelo que mida esta relación.

No hay todavía un modelo con un juego de indicadores que esté consensado y aprobado, sólo existe la necesidad de encontrar esos indicadores y determinar cómo pueden cuantificarse de manera apropiada. Este trabajo pretende también ser una propuesta en ese sentido.

El comercio electrónico ha causado una verdadera revolución a nivel mundial, y ya no puede ser eludido por el mundo empresarial, ni por los gobiernos de ningún orden, ni tampoco por los organismos internacionales. Debe considerarse como un fenómeno potencializador de las micro, pequeñas y medianas empresas para el impulso del desarrollo local. Los impactos de la actividad de comercio electrónico pueden incidir en el impulso del desarrollo económico, pero más allá, en la calidad de vida de los habitantes de los pueblos y ciudades (Finquelievich, 2004).

Surgen retos ante los fenómenos de la globalización, cuya herramienta más poderosa se encuentra en el dinamismo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC's), y dentro de estas tecnologías surge la rama enfocada en el desarrollo del comercio que usa el internet como su vía más propia para realizarlo. La

probabilidad juega a favor de los pueblos y localidades que son ahora y sean en el futuro, audaces y adaptados a la velocidad del cambio informacional.

4.3.2 Modelos y propuestas de indicadores de medición de las TIC's

Los modelos de desarrollo local en ocasiones proponen indicadores que poca relación tienen con el fenómeno del comercio electrónico, por lo que se hace una propuesta distinta en donde se analizarán algunos de los que sí se encuentra, aunque sea de manera sugerente, la implicación de este binomio conceptual.

Tabla 13 Metodologías para medir las TIC's

METODOLOGÍA	INSTITUCIÓN
Índice de Sociedad de la Información (ISI)	<i>International Data Consulting (IDC) y World Times</i>
Índice de Adelanto Tecnológico (ITA)	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Monitoreo de la Brecha Digital, Índice de brecha digital entre países (IDD)	<i>SCIADAS, Orbicom (UNESCO) y Canadian International Development Agency (CIDA)</i>
<i>Readiness Guide</i>	<i>Computer Systems Policy Project</i>
Preparación para el Mundo Interconectado – Una Guía para los Países en Desarrollo	<i>Center for International Development de la Universidad de Harvard</i>
<i>E-commerce Readiness Assessment</i>	Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC)
<i>Knowledge Assessment Methodology</i>	Programa Conocimiento para el Desarrollo del Instituto del Banco Mundial
INEXSK	<i>Mansell y Wehn del SPRU - Universidad de Sussex</i>
Indicadores de seguimiento	<i>Programa eEurope. An Information Society For All del Consejo de la Unión Europea</i>
Recomendaciones metodológicas y acuerdos sobre conceptos clave	<i>Working Party on Indicators for the Information Society de la OCDE</i>
Propuesta de indicadores	Asociación Española de Empresas de Tecnologías de la Información (SEDISI)
Propuesta de indicadores y metodologías de recolección de datos	Conferencia de Autoridades Iberoamericanas de Informática (CAIBI)
Homologación de metodologías y publicaciones en conjunto de los países nórdicos	Grupo Nórdico de Desarrollo de Estadísticas sobre la Sociedad de la Información
Manual de Indicadores de Telecomunicaciones	Unión Internacional de Telecomunicaciones

Fuente: (OCDE, 2012).

Hay diversas metodologías enfocadas en medir las TIC's como muestra la tabla 13, y que se han revisado para comparar las diferentes propuestas a fin de sacar los indicadores apropiados para medir los indicadores que hacen posible el comercio electrónico.

Tabla 14 Distribución de variables/indicadores en algunos sistemas de evaluación de la sociedad de la información.

Referentes de Evaluación	Entorno	e-sector	Infrac.	Parti.	Uso	Total
<i>Annual Information Society Report</i>	11	21	12	7	2	53
<i>Benchmarking Digital Europe 2011-2015 - A conceptual framework</i>	20	58	13	3	5	99
<i>Connectivity Scorecard</i>	5	19	27	2	1	54
<i>Digital Opportunity Index (DOI)</i>	2	0	12	0	0	14
eEspaña	44	103	51	7	15	220
<i>Europe's Digital Competitiveness Report Main achievements of the i2010 strategy 2005-2009</i>	11	8	14	7	-	47
<i>European Survey of Information Society Projects and Actions -ESIS</i>	1	1	18	0	0	20
<i>Guide to Measuring the Information Society</i>	13	14	13	2	0	42
<i>i2010 Information Space Innovation & Investment in R&D Inclusion</i>	16	20	15	3	1	56
IAT-Índice de Adelanto Tecnológico	6		4	0	0	10
<i>IDC's Information Society Index (ISI)</i>	6	2	14	0	2	24
Indicadores clave de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	12	14	44	0	13	83
Indicadores de TIC	1	0	0	0	7	3
<i>Information and Communication Technology Development Indices</i>	4	0	13	0	0	17
<i>Information Economy Report</i>	13	9	8	0	4	34
<i>Knowledge Economy Index (KEI)</i>	9	0	3	0	0	12
<i>OECD Key ICT Indicators</i>	18	2	25	0	0	45
Sistema de información estadístico de TIC	3	0	7	0	0	10
<i>State New Economy Index</i>	15	4	3	0	0	??
<i>The Digital Access Index (DAI)</i>	5	0	7	0	0	12
<i>The Global Information Society: a Statistical View</i>	11	27	74	0	21	133
Total general	226	302	377	31	74	1010

Fuente: González (2012).

Dentro de los muchos estudios llevados a cabo para entender las variables de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y los sistemas de información se presenta la tabla 14, donde se indican las dimensiones que se deben tener en cuenta para analizar el comercio electrónico como parte de la sociedad de la información.

En la tabla 14 los indicadores se dividen de acuerdo a cinco dimensiones clave para el estudio y valoración de las TIC's: el entorno, el sector de internet, infraestructura, participación y el uso de las mismas.

En la propuesta de Finkelievich (2004), al hacer una relación de los indicadores del desarrollo local para ver la incidencia con las TIC's, dentro de las cuales tiene lugar preponderante el comercio electrónico, hace la siguiente clasificación:

Tabla 15 Indicadores del comercio electrónico

Sector empresario:	
En este sector es importante identificar indicadores de la capacidad y la potencialidad de las empresas para producir bienes y servicios innovadores, funcionar en red, integrarse en <i>clústers</i> productivos, ocupar nuevos nichos de oportunidad (y de mercado) asociados a las TIC's o en los que las TIC's intervengan en la organización de la producción y comercialización, adoptar nuevas formas de organización y maneras innovadoras de acción. Para ello, es importante evaluar, entre otros varios, los siguientes factores:	
1. Infraestructura	Número y tipos de infraestructuras de TIC's, acceso a equipos y softwares relacionados. Tipo de innovación de las tecnologías empleadas.
2. Formación	Formación de su personal en el uso de TIC's y software relacionado, acceso efectivo del personal a equipos. Cursos de actualización y formación permanente. Relaciones entre las empresas y organizaciones educativas y productoras de conocimiento. Utilización de los cursos de Universidades y centros de investigación nacionales y locales.
3. Organización	Grado de flexibilidad e innovación de los formatos organizacionales. Canales internos y externos de circulación de la información. Integración a <i>clústers</i> productivos. Medición y evaluación de las TIC's utilizadas en el sector administrativo.
4. Estrategias de mercado	Grado de innovación en los bienes y servicios producidos. Grado de nuevos conocimientos aplicados a la producción de bienes y servicios. Grado de actualización tecnológica conseguido. Grado de automatización empleado. Tecnologías empleadas
Fuente: Elaboración propia a partir de Finkelievich (2004).	

Por otra parte también el INEGI (2017), describe que al hacer la encuesta sobre tecnologías de la información y las comunicaciones, el trabajo que ha venido desarrollando para medir el uso de las TIC's, y menciona que en un primer esfuerzo para detectar el nivel de utilización, inversión y desarrollo de recursos humanos en TIC's en las empresas del sector privado en México, en el año 2004 el INEGI en convenio con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), llevó a cabo el levantamiento de información del Módulo de Tecnología de Información y Comunicaciones (MTIC), durante la realización de la Encuesta sobre Investigación y Desarrollo de Tecnología (ESIDET 2004).

En el mismo sentido en el 2009, se levantó la Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las comunicaciones (ENTIC), cuyo objetivo fue identificar información relacionada con los recursos humanos, financieros y de infraestructura que las empresas del sector privado destinan en la utilización de las tecnologías de la información.

El INEGI (2017), hace énfasis en que los conceptos y la metodología de cálculo de los indicadores se ajustan a la normatividad internacional vigente en la materia, a fin de asegurar la comparabilidad internacional de la información.

En el 2013, con la finalidad de dar continuidad y seguimiento a la información captada en 2009, así como para evaluar los avances en uso, desarrollo e inversión en TIC por parte del sector privado en México, se llevó a cabo la segunda ENTIC, en estos esfuerzos del INEGI por medir la situación de las TIC's, se tuvieron como dimensiones a considerar:

- Características generales de la empresa.
- Medios de comunicación.
- Equipo de cómputo.
- Tecnologías y uso de la información.
- Trabajo a distancia.
- Computación en nube.
- Comercio electrónico.
- Personal que utilizó equipo de cómputo.
- Capacitación al personal en tecnologías de la información.
- Prospectiva en áreas informáticas.
- El uso de las TIC's en proyectos de innovación.

Estos cuestionarios de la ENTIC del INEGI, también han servido como base para generar las dimensiones e indicadores a considerar para la elaboración del instrumento adecuado para esta investigación.

A partir de estos análisis y otros trabajos que se han revisado, ha sido posible determinar que las dimensiones que pueden ayudar a medir el comercio electrónico son:

- 1) Infraestructura.
- 2) Formación.
- 3) Organización.
- 4) Uso.

Estas dimensiones se encuentran ya descritas en propuestas presentadas anteriormente, y se ha tomado esta determinación, por considerar que en éstas se contienen la diversidad de dimensiones que se indican en otras propuestas de medición y análisis.

4.2.3 Modelos y propuestas de variables para medir el desarrollo local

Siendo que en esta investigación se analiza el CH desde una perspectiva de desarrollo local, en la siguiente tabla se busca mostrar la evidencia de que efectivamente esta variable se integra en las propuestas teóricas del desarrollo local.

El cuadro siguiente presenta de manera resumida algunos de los trabajos antes mencionados y algunas de las variables que tienen relación con la investigación. Se ha generado un mapa en el que se ha representado con una "X", cuando una variable es mencionada.

Tabla 16 Variables del desarrollo local

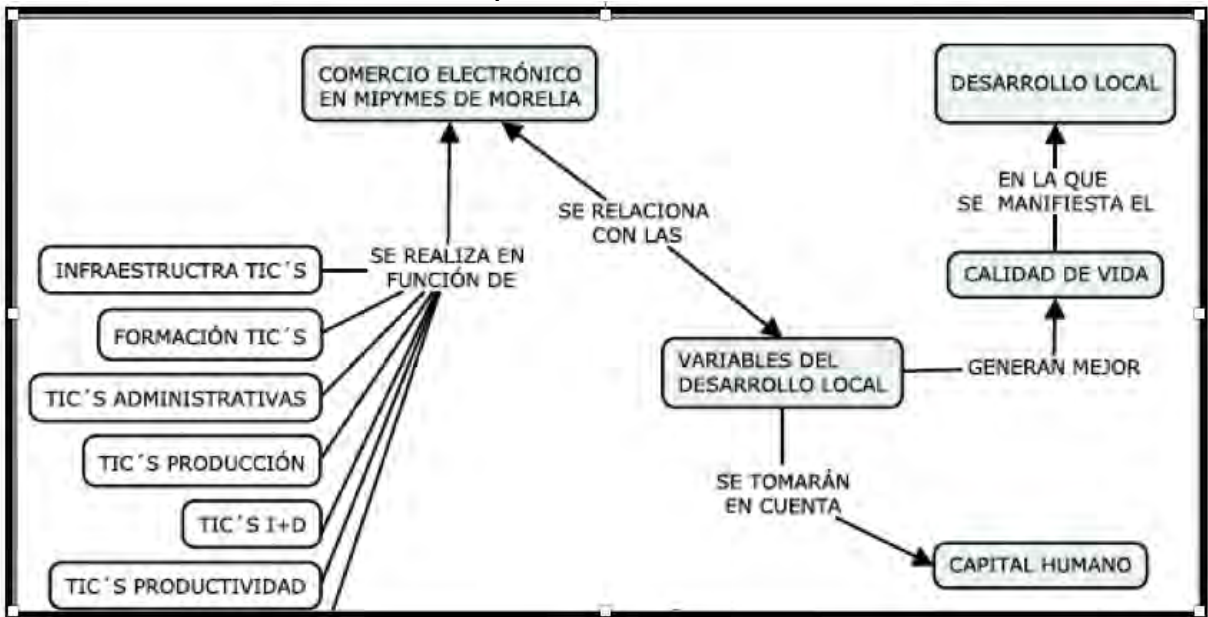
VARIABLES DESARROLLO LOCAL	AUTORES TEÓRICOS										
	FRANCISCO ALBURQUERQUE	LUIS BOISIER	SUSANA FINQUELIEVICH	AMARTYA SEN	VAZQUEZ BARQUERO	AROCENA JOSE	ILPES	OCDE	CEPAL	PNUD	FRECUENCIA
CALIDAD DE VIDA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
EMPLEO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
CH	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
INCLUSIÓN SOCIAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
DESARROLLO SUSTENTABLE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
DESARROLLO DE EMPRESAS	X	X	X		X	X	X	X	X	X	90%
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	X	X	X		X	X	X	X	X	X	90%
REDES DE COOPERACIÓN	X	X	X		X		X	X	X	X	80%
FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
DESARROLLO SOCIAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
SERVICIOS PÚBLICOS	X		X		X		X	X	X	X	70%
ENTORNO INNOVADOR Y COMPETITIVO	X	X	X		X	X	X	X	X	X	90%
CRECIMIENTO ECONÓMICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Para identificar las variables de investigación se revisaron múltiples trabajos de diversos autores representativos del desarrollo local, y también publicaciones de instituciones y organismos con autoridad en la investigación de los temas del desarrollo local, con esta revisión se ha marcado un camino a seguir, teniendo la certeza de que los puntos principales de la investigación tienen un fundamento teórico suficiente para validar la objetividad de la misma.

Después de la revisión de las diversas teorías, ante la imposibilidad de analizar todas las variables que implica el desarrollo local, se ha optado por una de las más significativas para el objeto de estudio: el CH.

Ilustración 18 Explicación de la relación de variables



Fuente: Elaboración propia (2015).

Sin embargo, se puede entender que las otras variables se describen implícitamente en el análisis de la que se ha elegido; por ejemplo para analizar el empleo y el CH en las MIPYMES debe tomarse en cuenta: el desarrollo de empresas, el entorno innovador, el crecimiento económico, el desarrollo social, la formación de recursos humanos, o la innovación tecnológica. Más aún, cuando se busca analizar no solo la parte económica sino la calidad de vida de las personas que generen un desarrollo local sustentable, con equidad y oportunidades para todos.

Se ha desarrollado la propuesta de variables de análisis para esta investigación, cuya relación se describe en la ilustración anterior.

4.2.5 Indicadores para medir el CH

Se han buscado en la literatura, algunas propuestas significativas que midan con indicadores claros el CH, que aunque han sido elaborados con objetivos concretos y con propósitos diversos, pueden ayudar como fundamento para crear una guía sobre la cual se pueda medir el CH dentro de las MIPYMES y que sea medio para desarrollo local.

Tabla 17 Indicadores para medir el CH

INDICADOR	AUTOR																			% de consideración		
	Giménez (2005)	INE (2011)	Domenico (2003)	AVSI, (2008)	Schultz, (1961)	WEZIAK, (2007)	Becker, (1975)	OCDE, (2001)	Merino, (2004)	Harpana, (2014)	Boarini, (2012)	WEF, (2015)	Trinh Le, (2005)	Sharpe, (2001)	(Fender, 2012)	CES, (2016)	Naranjo, (2013)	Moreno, (2017)	Iván, (2016)		Serrano, (2000)	Naranjo, (2013)
Años medios de estudio	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	95%
Autoaprendizaje y educación informal	x						x		x			x		x		x					x	33%
Acceso a servicios de salud	x					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x		x	62%
Hábitos de salud y deporte												x	x	x		x			x			24%
Calidad de servicios de salud												x		x		x			x			19%
Seguridad en lugar de trabajo												x		x		x			x			19%
Aire, agua, basura, medio ambiente sano														x								5%
Experiencia (años en mercado laboral)	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x			x	x		x	x	76%
Habilidad para realizar el trabajo							x										x	x			x	19%
Nivel de ingreso							x					x								x		14%
Educación Familiar	x					x	x		x		x	x	x			x				x	x	48%
Capacitación y/o educación continua en el trabajo.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					x	x	81%
Horas de capacitación														x							x	10%
Motivación para desarrollar carrera profesional en empresa																x					x	10%
Calidad de la educación		x				x	x	x	x		x	x	x								x	43%
Equidad de género	x		x	x								x			x	x				x		33%
Capacidad de uso de TICS		x				x		x	x				x									24%
Incidencia de sobre-educación													x								x	10%
Creatividad para generar nuevas ideas																x					x	10%
Satisfacción laboral																		x			x	10%
Permanencia																					x	5%

Fuente: Elaboración Propia (2016).

A partir de los modelos que han realizado, conceptualizado y evaluado (Giménez (2005), INE (2011), Di Doménico (2003), AVSI (2008), Schutlz (1961), Weziak (2007), OCDE (2001), Merino (2004)) y otros más, se ha definido una lista de indicadores que ayudan a medir el CH en las MIPYMES.

Hay tres indicadores que aparecen de manera constante en toda la literatura que se ha revisado y que son imprescindibles para el análisis del CH:

- Años medios de estudio.
- Experiencia (años en mercado laboral).
- Capacitación y/o educación continua.

Aparecen otros que se muestran también de manera frecuente, y que en el mismo propósito de análisis no deben faltar. La lista no contiene todos los indicadores, pero muestra los encontrados en los diversos autores que se han analizado y que son más recurrentes en los modelos propuestos para la medición del CH; estos indicadores pueden integrarse en un instrumento que investigue el CH, para establecer la situación del mismo dentro de las MIPYMES y así determinar las estrategias que se deban generar en la planeación para mejorar las vertientes de este capital y optimizarlo.

Esta lista no es exclusiva para medir el CH en las MIPYMES, sino que se puede adecuar a otros objetivos desde disciplinas diferentes como la psicología, pedagogía, sociología, política pública, entre otras más.

Las mediciones de CH han emergido como uno de los principales indicadores de crecimiento, específicamente, permiten tener un mayor acercamiento al desarrollo humano.

La anterior tabla muestra los indicadores encontrados en diversos autores que se han analizado, de donde se obtendrán aquellos que resulten adecuados para el análisis de esta investigación.

El CH es una variable ineludible en el esfuerzo para generar el empleo, la innovación, la competitividad, la integración global de las MIPYMES en México. Al establecer indicadores precisos, que ya han sido propuestos y evaluados por

especialistas del área, para medir el estado de este CH, se establece una vía para medir una de las variables más importantes en las estrategias del desarrollo local.

Este CH cuyo valor se considera desde el siglo XIX en la teorías económicas, tiene énfasis en su modelación teórica a partir de los 60 del siglo XX, y a partir de allí se van integrando indicadores con los cuales poder medirlo: estos indicadores van desde los años de escolaridad, la salud física y mental, la experiencia, las capacidades profesionales, la educación continua, etc. Y aunque no se cuenta con una lista única, consensada y válida para todos; se ha podido elaborar una propuesta de indicadores recurrentes por la mayoría de los teóricos del CH.

Es importante determinar de manera clara que mide cada indicador, para dar objetividad a la investigación; en función de la característica que se midió, se puede saber cómo se ha de mejorar. Es este el caso de los indicadores que ahora se presentan ayudan para medir y mejorar el CH en las MIPYMES, a partir de las cuales se impulse el desarrollo local.

4.4 Diseño del instrumento para recolección de datos

Para la recolección de datos se ha elaborado un cuestionario que se puede ver en el apéndice de esta investigación, a partir del cuadro de estructura de la investigación en donde se encuentran las variables, dimensiones e indicadores.

Es importante hacer notar, que de los diversos enfoques para medir el CH, que con frecuencia tienen una tendencia de carácter económico (enfocados en inversiones, o en ingresos) se ha preferido hacer una integración de varios modelos que se basan más en una visión holística del ser humano, teniendo en cuenta la educación de todas sus fases, la salud, la satisfacción del empleado, por mencionar algunas características. Se ha preferido realizar esta integración, para realizar un análisis coherente con el enfoque de desarrollo local, donde importa el nivel de vida de todos los individuos de una sociedad, en todos los aspectos.

Un modelo como este no existe, se ha tenido que desarrollar a partir de la literatura que se ha analizado. Por otro lado, es importante expresar que la medición del CH, casi siempre se enfoca en índices macroeconómicos, y casi nunca en los individuos de una empresa, por lo cual era necesario hacer este modelo integral, para poder medir el CH en la empresa, con enfoque de desarrollo local.

Tabla 18 Identificación de variables, dimensiones e indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
COMERCIO ELECTRÓNICO	INFRAESTRUCTURA	Infraestructura de equipo de cómputo y redes
		Servicios de Internet
	FORMACIÓN	Formación TIC's
		Capacitación del personal para hacer comercio electrónico (sitio, redes, dispositivos, inventarios en línea, etc.)
	ORGANIZACIÓN	TIC's administrativas de nómina, contabilidad, clientes, proveedores, etc.
	USO	TIC's para producción, servicios, investigación y desarrollo
		TIC's para manejo de mercados (publicidad, catálogos, promociones, etc.)
		Correo y comunicación de la empresa
		Ventas y compras en internet
		Administración de seguridad informática
CAPITAL HUMANO	FORMAL	Años medios de estudio
		Calidad de la educación
	INFORMAL	Autoaprendizaje y educación informal
		Capacitación y/o educación continua en el trabajo.
		Equidad de género
		Creatividad para generar nuevas ideas
		Satisfacción laboral
		Educación Familiar
	EXPERIENCIA	Experiencia laboral
		Habilidad para realizar el trabajo
		Nivel de ingreso
		Motivación para desarrollar carrera profesional en la empresa
		Permanencia
	INNATO Y SALUD	Acceso a servicio de salud
		Hábitos de salud, alimentación y deporte
		Calidad de servicios de salud
		Seguridad en lugar de trabajo
Aire, agua, luz y medio ambiente sano		

Fuente: Elaboración propia (2017).

Ya definidas las variables y dimensiones, se ha realizado un diseño estadístico para la aplicación del instrumento. En la siguiente tabla se describe como se aplicará el cuestionario para obtener los datos de manera objetiva, representativa, confiable y válida.

Tabla 19 Descripción del diseño estadístico

Población objetivo	La unidad de observación
Todas las empresas entre 1 y 250 empleados que hagan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México	La empresa
Cobertura geográfica	Unidad de muestreo
La ciudad de Morelia, Michoacán, México	La empresa
Tamaño de la muestra	Unidad de análisis
La muestra es de 384 empresas, para un nivel de confianza del 95%. Tamaño necesario en poblaciones infinitas.	Las micro, pequeñas y medianas empresas. Empresas con menos de 250 empleados
Cobertura temporal	Esquema de Muestreo
La encuesta se llevara a cabo durante el primer semestre del año 2018	Probabilístico y estratificado. Probabilístico porque cada empresa tiene una probabilidad diferente de cero de ser seleccionada, y estratificada porque se agrupan en grupos de sector productivo.

Fuente: Elaboración propia, basado en INEGI (2017).

Par determinar el tamaño de la población se recurrió a la fuente del sistema empresarial mexicano, de donde se obtuvo la información de la tabla siguiente. Se han tomado todas las empresas como número que determina la población, pues no se tiene información para saber cuantas llevan a cabo comercio electrónico, pero siempre el total de empresas será mayor que grupo de las que hacen comercio electrónico. Siendo así, al tomar el número total de empresas, en el cálculo de la muestra se obtendrá una mayor precisión al transpolar los datos a la población.

Tabla 20 Población de Investigación

NUMERO DE EMPRESAS DE MORELIA		
RANGO	NUM EMPRESAS	TIPO
0 a 10	30367	MICRO
11 a 50	675	PEQUEÑA
51 a 250	115	MEDIANA
Mayor a 250	8	GRANDE
Total general	31165	

Fuente: Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) (2015).

Siendo la población de 31157 empresas que se pueden considerar en el estudio, se puede considerar como población infinita, por lo que para el cálculo del

tamaño de la muestra se han seguido los procedimientos que describe en el siguiente cuadro.

Tabla 21 Cálculo del tamaño de muestra en poblaciones infinitas

En este caso se trata de una población infinita (de tamaño muy grande, indefinido, cuyo tamaño exacto es desconocido). En este caso para extrapolar a poblaciones muy grandes se utiliza la fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$N = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

z = Valor de z correspondiente al nivel de confianza

Un nivel de confianza del 95% (también se expresa como: $\alpha = .05$) corresponde a $z = 1.96$ sigmas o errores típicos; $z = 2$ (dos sigmas) corresponde a un 95.5% (aproximadamente, $\alpha = .045$).

pq = Varianza de la población

La varianza en los ítems dicotómicos (dos respuestas que se excluyen mutuamente) es igual a pq y la varianza mayor (la mayor diversidad de respuestas) se da cuando $p = q = .50$ (la mitad de los sujetos responde sí y la otra mitad responde no) por lo que en esta fórmula pq es siempre igual a $(.50)(.50) = .25$ (es una constante).

e = Error muestral

Lo representamos con la letra e (no es el único símbolo que se utiliza) que significa error o desviación posible cuando extrapolemos los resultados. Es el margen de error que aceptamos.

En esta investigación se buscará tener un nivel de confianza del 95% (o $\alpha = .05$), al que corresponde $z = 1.96$, y admitiendo un margen de error del 5%.

$pq = .25$

error aceptado: 5% y

$\alpha = .05$ ($z = 1.96$)

$$N = \frac{(1.96)^2 (.25)}{(.05)^2} = 384$$

Fuente: Elaboración propia, basado en Vallejo (2012).

Se ha descrito el diseño de la investigación, para lo cual se plantearon las hipótesis general y específicas; se han definido las variables, dimensiones e indicadores desde las diferentes teorías referente al DL, CH y las TIC's; se ha definido también un instrumento basado en esos conceptos y teorías y se han puntualizado los modelos estadísticos que se han de considerar para el posterior análisis de la información. Con esta información se procedió al trabajo de campo para levantar la información, cuyos resultados se describen en el siguiente capítulo.

CAPITULO V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Ya que se ha diseñado un instrumento apropiado para levantar las encuestas a 384 empresas que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México. Se utilizó como herramienta para el procesamiento de la información el programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). En este programa se realiza un proceso de correlación llamado R de Pearson, para poder obtener la correlación de las variables que se analizan. Esta correlación ha de manifestar si es cierta la afirmación hecha en cada una de las hipótesis planteadas para esta investigación.

En este capítulo, se analizan los resultados derivados de la encuesta, para entender las condiciones en que se encuentra la relación del comercio electrónico en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México con respecto al capital humano de las mismas. Para lo cual se realiza un análisis de las variables, identificando el entorno del comercio electrónico desde las diversas dimensiones como son: infraestructura de equipos de cómputo y redes , formación, organización, uso de las TIC`s, y por otro lado la variable capital humano en sus dimensiones de: formal, informal, experiencia e innato.

Para analizar la confiabilidad del instrumento se utilizó el método alfa de Crombach¹⁵.

Y como se muestra en la tabla 22 se obtuvo un resultado de .929 teniendo en cuenta los 30 *items* utilizados en la encuesta, y considerando 303 encuestas realizadas. Con lo cual puede considerarse que el instrumento con que se obtuvieron los datos tiene una fiabilidad alta, y la coherencia de los resultados es elevada.

¹⁵ El alfa de Crombach, es un método utilizado para medir la confiabilidad de un instrumento de recopilación de información. Se puede decir —de manera más o menos general— que si obtengo 0.25 en la correlación o coeficiente, esto indica baja confiabilidad; si el resultado es 0.50, la fiabilidad es media o regular. En cambio, si supera el 0.75 es aceptable, y si es mayor a 0.90 es elevada, para tomar muy en cuenta (Hernández, 2010).

Tabla 22 Fiabilidad con alfa de Crombach			Estadísticos de fiabilidad		
Resumen del procesamiento de los casos					
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
	Válidos	303	100,0	,929	30
Casos	Excluidos ^a	0	,0		
	Total	303	100,0		
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del trabajo de campo (2018).					

La validez se ha generado al revisar las opiniones de expertos para poder enunciar las variables, dimensiones e indicadores¹⁶.

5.1 Análisis de las variables

En este apartado, se analizan los resultados obtenidos de la investigación de campo, a través de la cual fue posible derivar aspectos de carácter cuantitativo de las variables que son el objeto de estudio. Para esto fue necesario, desarrollar y aplicar un cuestionario a las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia.

En la investigación el universo de estudio lo integran empresas clasificadas como MIPYMES, a quienes se les hizo la encuesta durante el primer semestre del año 2018, más precisamente entre febrero y mayo del año mencionado, tratando de abarcar los cuatro sectores en que se divide la administración de la ciudad de Morelia.

El cuestionario se había venido adecuando desde el año 2016, que se desarrolló un primer modelo y que se utilizó para ver su claridad, coherencia y fiabilidad. Fue necesario reelaborarlo en cuatro ocasiones, para adaptarlo a las propuestas y alcances de la investigación, y para que los encuestados tuvieran mayor claridad al responder los planteamientos de cada pregunta. En este proceso se percibió que los

¹⁶ La evidencia sobre la validez del contenido se obtiene mediante las opiniones de expertos y al asegurarse que las dimensiones medidas por el instrumento sean representativas del universo o dominio de dimensiones de la(s) variable(s) de interés (Hernández, 2010).

encuestados desconocían los términos técnicos de las TIC's, y había que adaptarlos a un lenguaje más accesible, en cuanto a la forma era necesario limitar la variación de las escalas y las palabras utilizadas en las mismas, también se tuvieron que limitar la extensión a una hoja de cuestionario, para que fuera más rápido el contestarlo pero sin dejar de considerar la fiabilidad y validez necesarias. Finalmente se aplicó el cuestionario que se presenta en el apéndice 2.

El cuestionario se diseñó para obtener una respuesta directa mediante una autoadministración a la persona designada para responderlo. Las preguntas se formularon con base en la naturaleza de la información que se pretendía obtener de acuerdo a los indicadores, dimensiones y variables investigadas, de manera que solo exige elegir las respuestas preestablecidas de acuerdo al código seleccionado, es decir, son preguntas de estimación para escoger una de las cinco alternativas para cada uno de las 30 preguntas que integran el cuestionario.

La información contenida en los cuestionarios se concentró en una hoja de datos y se procesó estadísticamente, primero en distribuciones de frecuencias y después de acuerdo a las correlaciones necesarias para responder a los planteamientos de las hipótesis; con ese proceso se han podido obtener los índices que determinan los niveles, sentidos, y significancias de las correlaciones de las variables.

Para obtener los valores de cada dimensión, se hizo realizando una suma de las preguntas o *ítems* que corresponden a cada una y en el caso de la medición del capital humano se llevo a cabo teniendo en cuenta una ponderación de acuerdo al peso dado por nivel de aparición en las teorías analizadas para obtener la lista de indicadores y que se ha descrito anteriormente.

Para el análisis general se tomaron 30 *ítems*, de los cuales 2 corresponden a la identificación del tipo y tamaño de la empresa, 10 corresponden al análisis del

comercio electrónico y 18 son para analizar el capital humano en sus cuatro dimensiones.

5.1.1 Coeficiente de correlación de Pearson

Para la interpretación estadística de las variables, se uso el coeficiente de correlación de Pearson. Este coeficiente es una prueba estadística que se utiliza para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. El coeficiente de correlación de Pearson (r), se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas de una variable con las puntuaciones obtenidas de otra variable, en los mismos sujetos (Hernández, 2010).

El coeficiente (r) de Pearson puede variar de (-1.00) a (+1.00) donde:

(-1.00) = Correlación negativa perfecta (“A mayor X, menor Y de manera proporcional, es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también aplica “a menor X, mayor Y”. Se pueden dar diferentes casos como:

(-0.90) = Correlación negativa muy fuerte.

(-0.75) = Correlación negativa considerable.

(-0.50) = Correlación negativa media.

(-0.10) = Correlación negativa débil.

(0.00) = No existe relación alguna entre las variables.

(+0.10) = Correlación positiva débil.

(+0.50) = Correlación positiva media.

(+0.75) = Correlación considerable.

(+0.90) = Correlación positiva muy fuerte.

(+1.00) = Correlación positiva perfecta.

En el último caso se expresa que: “a mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y” de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante.

El signo indica la dirección de la correlación (positiva o negativa) y el valor numérico, la magnitud de la correlación.

Los principales programas de análisis estadístico en computadora reportan si el coeficiente es o no significativo, de la siguiente manera:

$s = 0.001$ significancia

Si s es menor del 0.05, se dice que el coeficiente es significativo al nivel de 0.05 (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error). Si s es menor a 0.01, el coeficiente es significativo al nivel de 0.01 (99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error).

Cuando el coeficiente (r) de Pearson se eleva al cuadrado (r^2) se obtiene el coeficiente de determinación. El resultado indica la varianza de factores comunes. Esto es, el porcentaje de la variación de una variable debido a la variación de la otra variable y viceversa.

5.1.2 Análisis descriptivo de la variable Comercio electrónico

El análisis de la variable comercio electrónico, que puede ser considerada la variable independiente (aunque como ya se ha dicho, el alcance de esta investigación no es explicativo y causal), en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México se realizó con base en los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados. A continuación se presentan la distribución de frecuencias.

En el entendido de que se se han clasificado como MIPYMES las empresas que tienen entre 1 y 250 empleados, se ha insertado una pregunta en el cuestionario para

saber según el tamaño por número de empleados a que tipo de empresa pertenece. Y también se ha considerado una pregunta para saber de los tres grandes sectores primario, secundario o terciario, con cual se identifica la empresa encuestada.

En la ilustración 19 se puede percibir que la mayoría de empresas encuestadas, es decir más del 80% fueron del sector servicios, que son el tipo de empresas que mayoritariamente tienen las disposiciones y características para llegar a realizar el comercio electrónico aunque es claro que cualquier sector podría realizarlo.

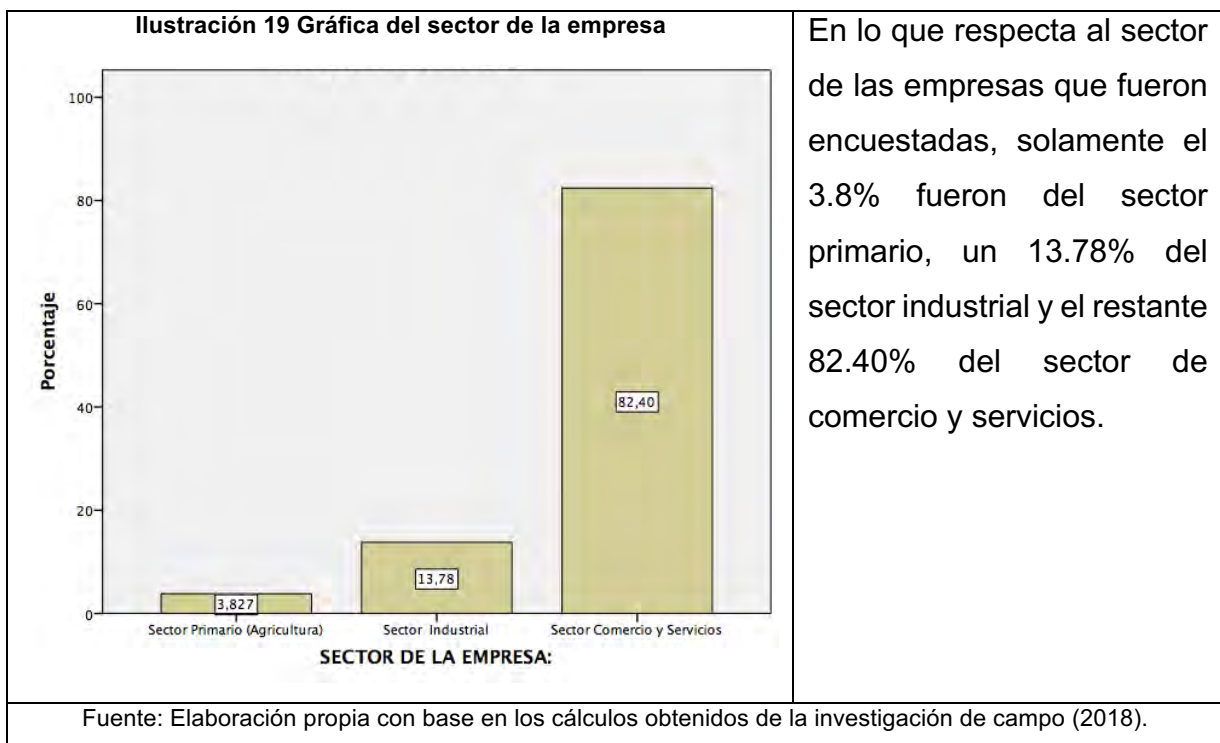
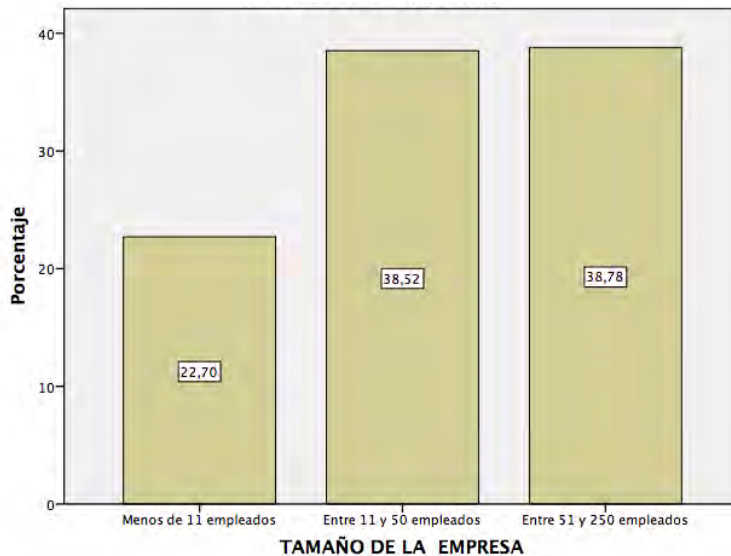


Ilustración 20 Tamaño de la empresa

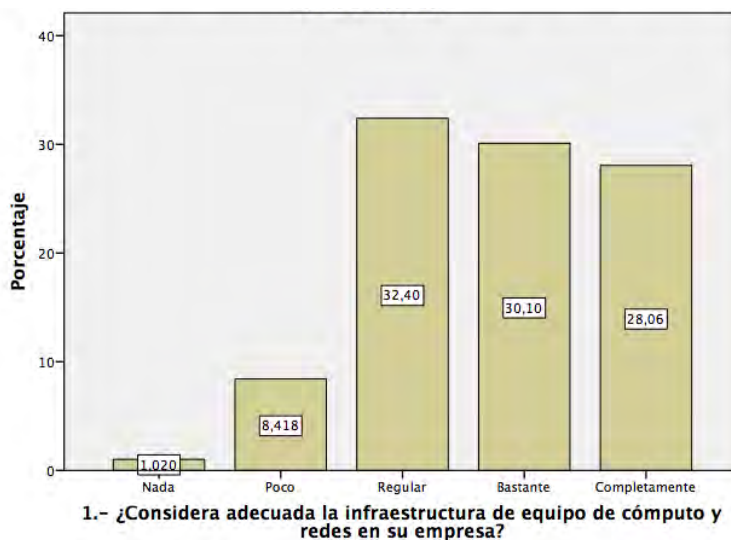


En cuanto al tamaño de la empresa el estudio de campo se realizó considerando un 22.70% de empresas que tenían menos de 10 empleados (microempresas), 38.52% de empresas que tienen entre 11 y 50 empleados (pequeñas empresas) y un 38.78% que tienen entre 51 y 250 empleados las cuales se consideran medianas empresas.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Para el análisis de la variable comercio electrónico se consideraron 10 preguntas, cuyas frecuencias se presentan a continuación.

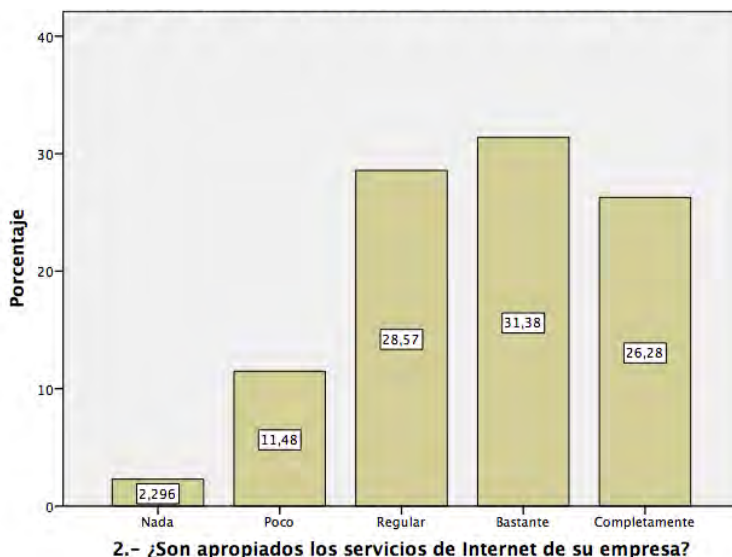
Ilustración 21 Infraestructura de equipo de cómputo y redes



El resultado con respecto a la infraestructura de cómputo y redes de las empresas dio como resultado que la mayor parte, es decir más de 58% lo consideran bastante adecuado o completamente adecuado, pero el resto consideran algunas deficiencias.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

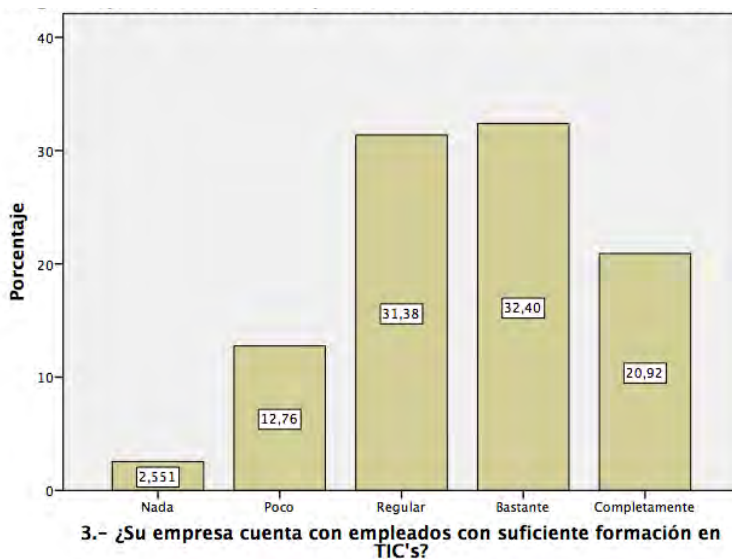
Ilustración 22 Servicios de internet apropiados



Las empresas encuestadas perciben en un 57.66% bastante o completamente apropiado su servicio, el restante 42.34% consideran que existe algunas deficiencias en sus servicios de internet para llevar a cabo las actividades de la empresa.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

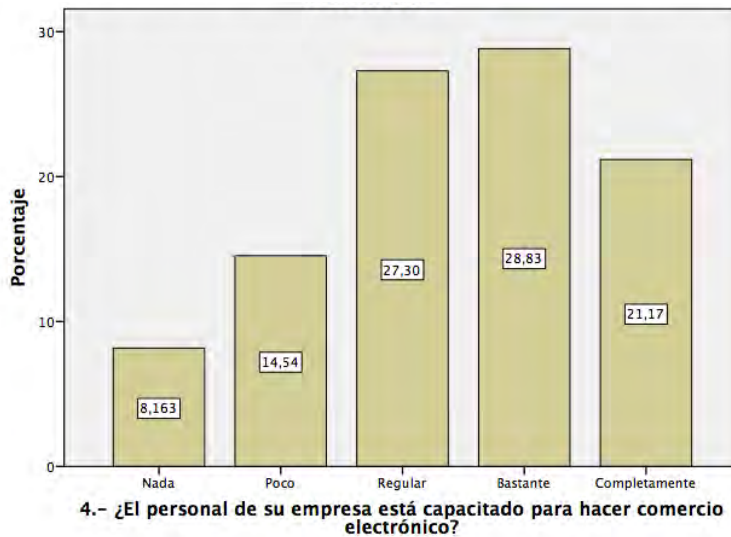
Ilustración 23 Empleados con formación en TIC's



En el análisis de la formación suficiente en TIC's por parte de las empresas encuestadas, la encuesta indica que el 31.38% es regular, 32.40% es bastante, 20.92% es completamente, pero también 12.76% considera que es poca la formación y un 2.55% indica que no hay formación en TIC's.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

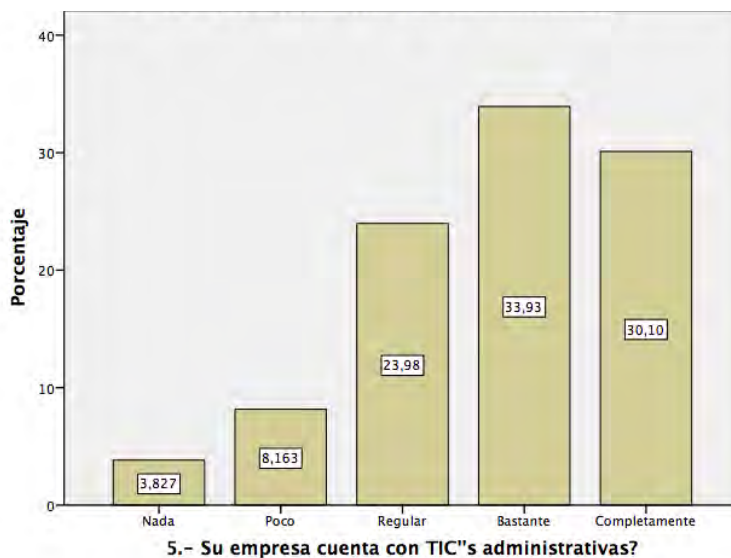
Ilustración 24 Capacidad para hacer comercio electrónico



El trabajo de campo indica como resultado que 21.17% de las empresas tiene personal completamente capacitado para realizar el comercio electrónico, 28.83% es bastante capacitado, eso representa más del 50%. El 27.30% tiene una capacitación regular, 14.54 poca, y 8.16% no tiene esta capacitación para hacer el comercio electrónico.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

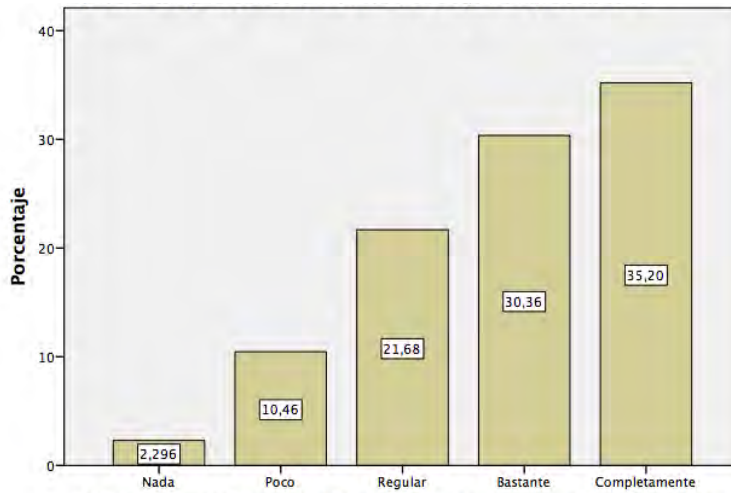
Ilustración 25 TIC's Administrativas



Las TIC's administrativas con que cuentan las empresas que se encuestaron perciben que 30.10% cuenta completamente con ellas, 33.93% las integra bastante, representando un 64% entre las dos opciones. Pero un 23.98% las tiene solo de manera regular, 8.16% poco y un 3.8% de las empresas no cuenta con ellas.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 26 TIC's para producción, oferta e I+D

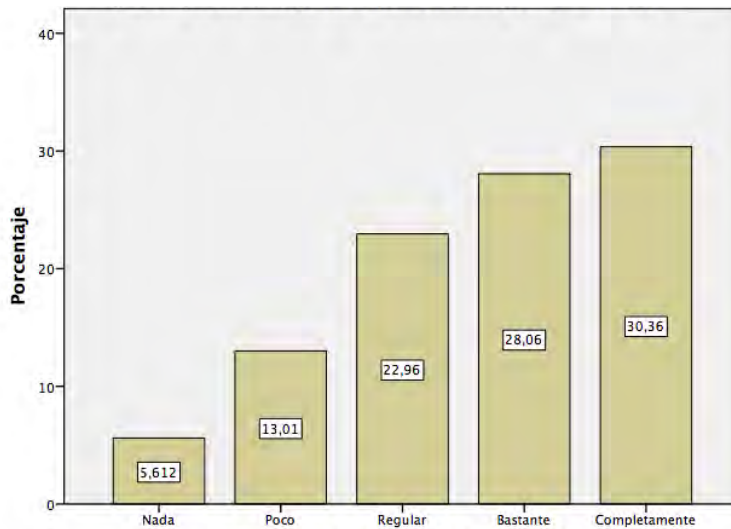


6.- ¿Su empresa maneja TIC's para el manejo de producción, oferta de productos y servicios o realizar investigación y desarrollo?

Para el manejo de la producción y realizar investigación y desarrollo la percepción de las empresas encuestadas indica en un 35.20% que las maneja completamente, 30.36% bastante, 21.68% de manera regular, 10.46% poco y 2.29% no las maneja.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 27 TIC's manejo de mercados

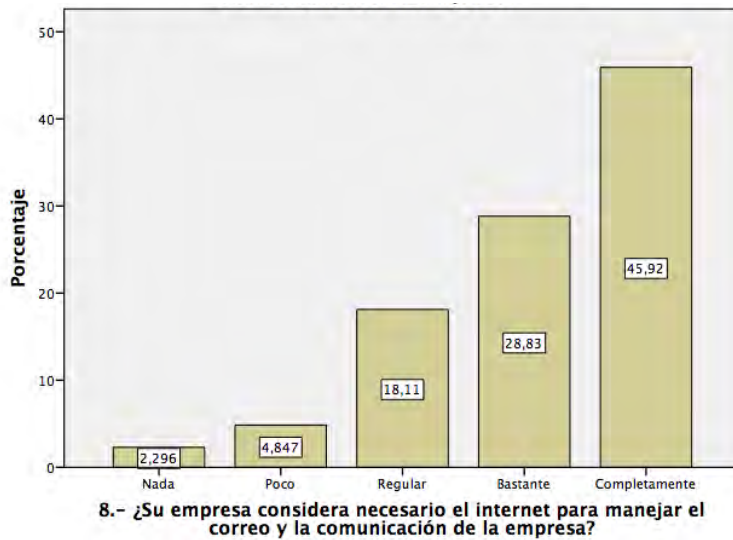


7.- ¿Su empresa maneja TIC's para el manejo de mercados?

En la pregunta con respecto al manejo de TIC's para el manejo de mercados, la encuesta indica que 30.36% los maneja completamente, 28.06% bastante, lo cual suma más de un 58.42%, es decir la mayoría, pero un 22.96% las utiliza solamente de manera regular, 13.01% considera que la usa poco, y 5.61% no las usa todavía.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

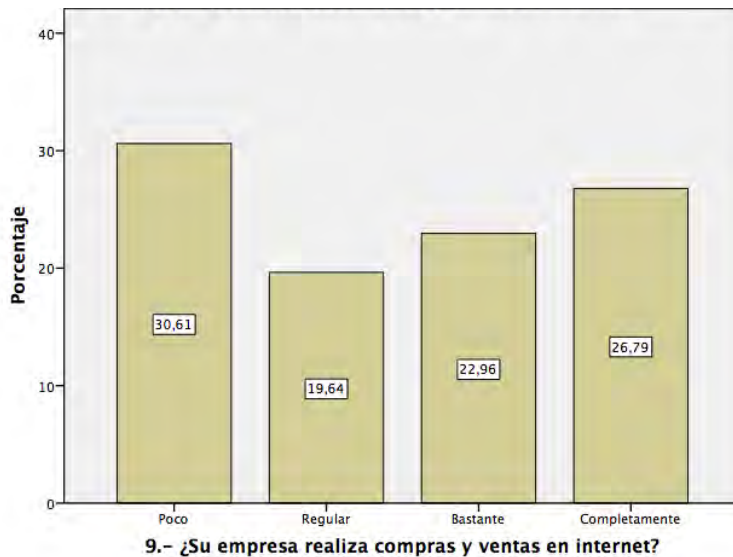
Ilustración 28 Correo y comunicación



Las empresas encuestadas consideraron en un 45.92% la necesidad de usar el internet para el correo y la comunicación de la empresa, 28.83% bastante, 18.11% regular y solamente 4.84% lo percibió como poco necesario y 2.29% no lo considera necesario.

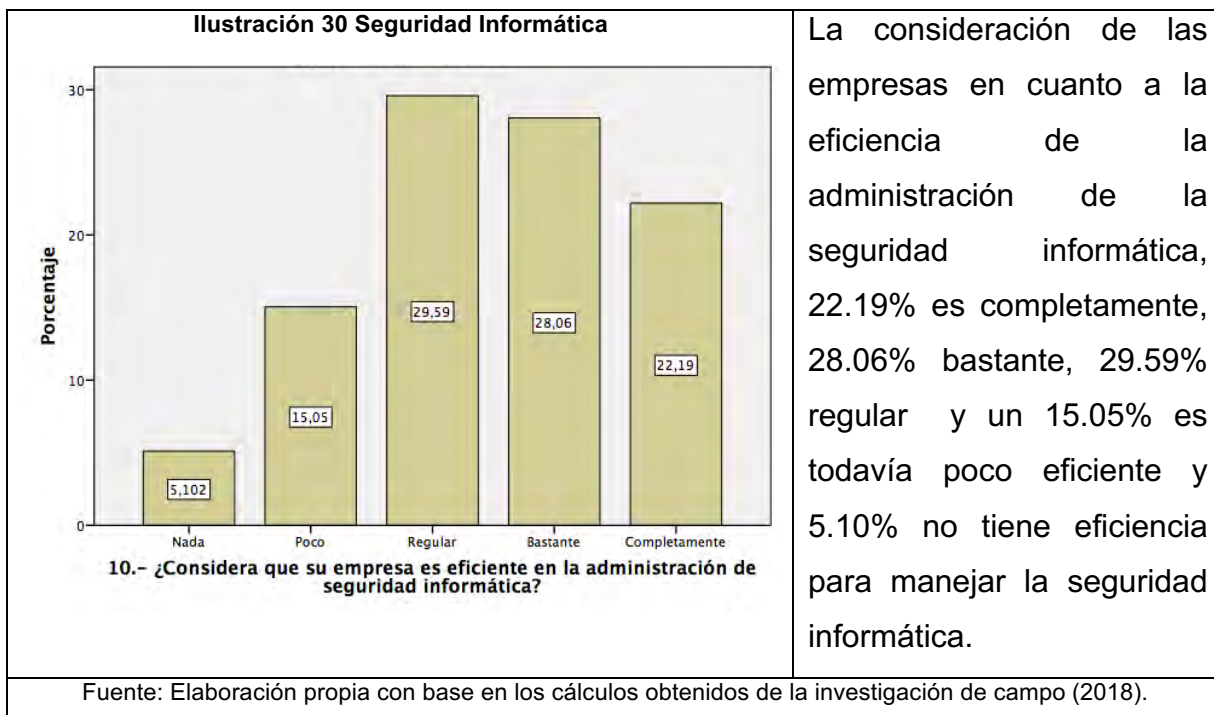
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 29 Compras y ventas en internet



Con respecto a las compras y ventas de internet, esencia del comercio electrónico no se consideraron las empresas que no lo realizan, y de las que lo realizan todavía un 30.61% indicó que lo realizan poco, 19.64% lo hacen de manera regular, mientras que un 22.96% lo realiza bastante y 26.79% lo hace completamente.

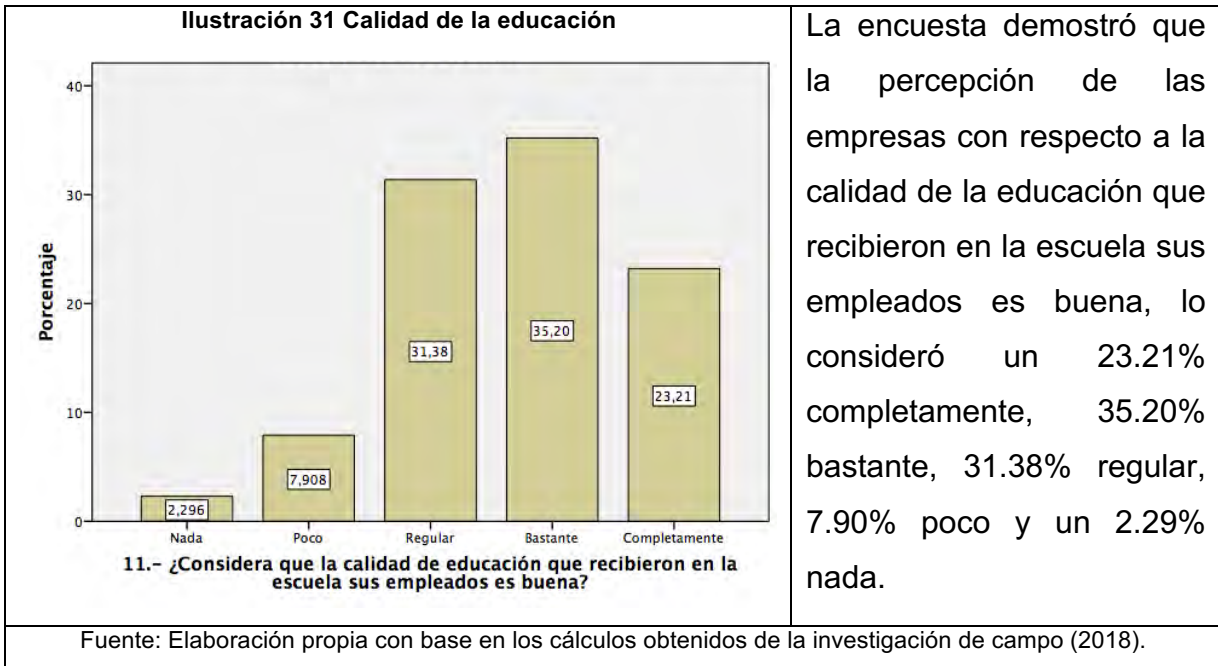
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).



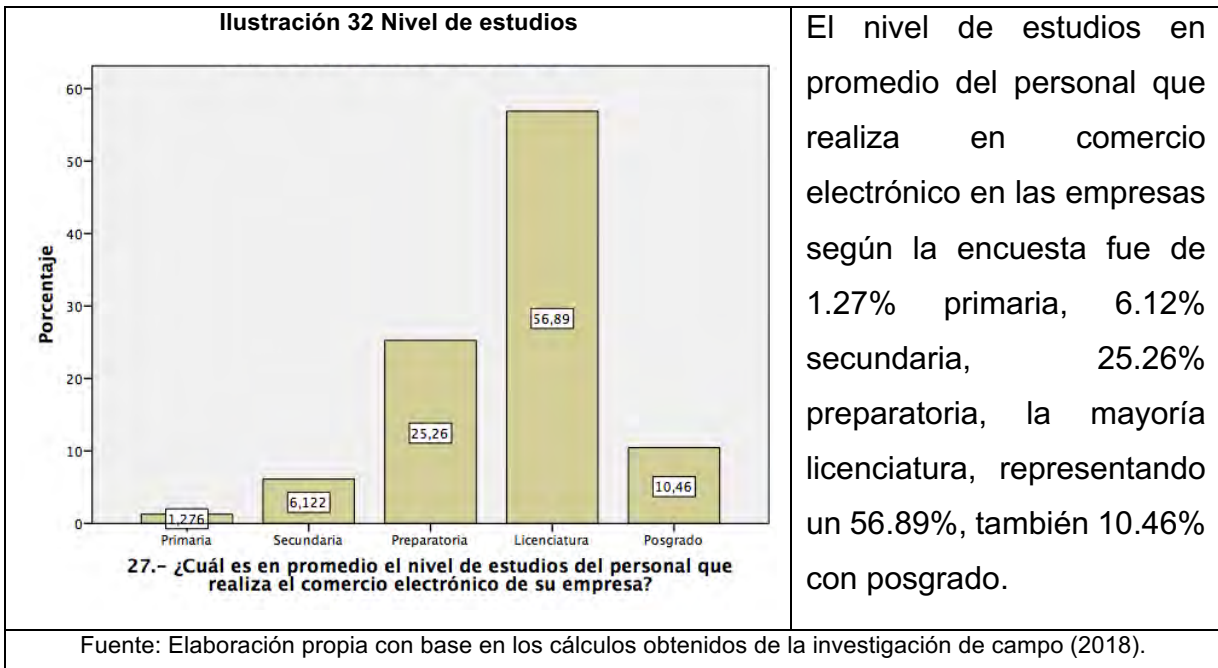
5.1.2 Análisis descriptivo de la variable capital humano

En las siguientes gráficas se presentan los resultados del trabajo de campo que describen la situación de la variable CH en sus cuatro dimensiones que se han considerado: formal, informal, de experiencia e innato.

La primera dimensión que se describe es con respecto al CH formal, que tiene dos indicadores que son el nivel de estudios y la calidad de la educación.



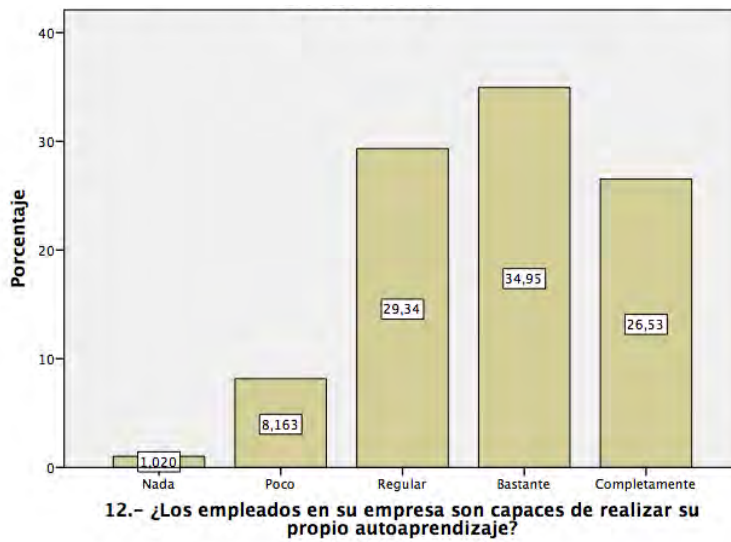
La encuesta demostró que la percepción de las empresas con respecto a la calidad de la educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena, lo consideró un 23.21% completamente, 35.20% bastante, 31.38% regular, 7.90% poco y un 2.29% nada.



El nivel de estudios en promedio del personal que realiza en comercio electrónico en las empresas según la encuesta fue de 1.27% primaria, 6.12% secundaria, 25.26% preparatoria, la mayoría licenciatura, representando un 56.89%, también 10.46% con posgrado.

La segunda dimensión que se describe es la que corresponde al CH informal y que se integra por las medidas de los indicadores: autoaprendizaje y educación informal, capacitación y educación continua en el trabajo, equidad de género, creatividad para generar nuevas ideas, satisfacción laboral y por último la educación familiar.

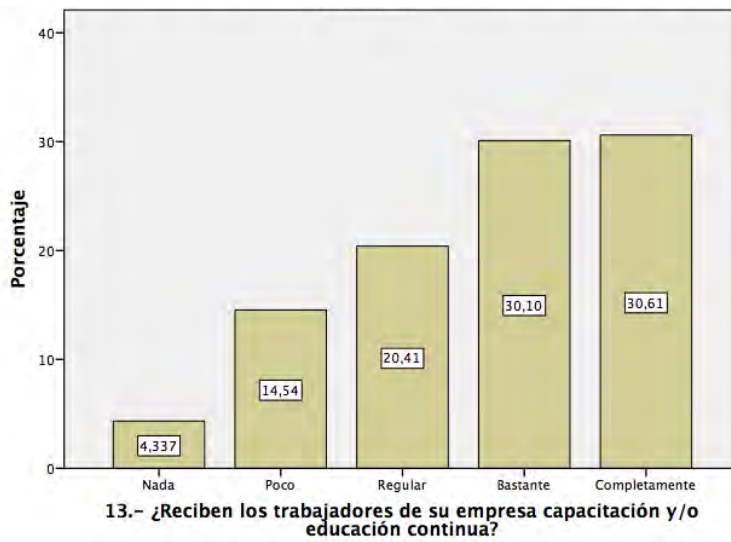
Ilustración 33 Autoaprendizaje



La percepción con respecto a la capacidad de los empleados para realizar su propio autoaprendizaje, estuvo dada en la encuesta por un 26.53% completamente, 34.95% bastante, 29.34% regular, 8.16% poco y 1.02% nada.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

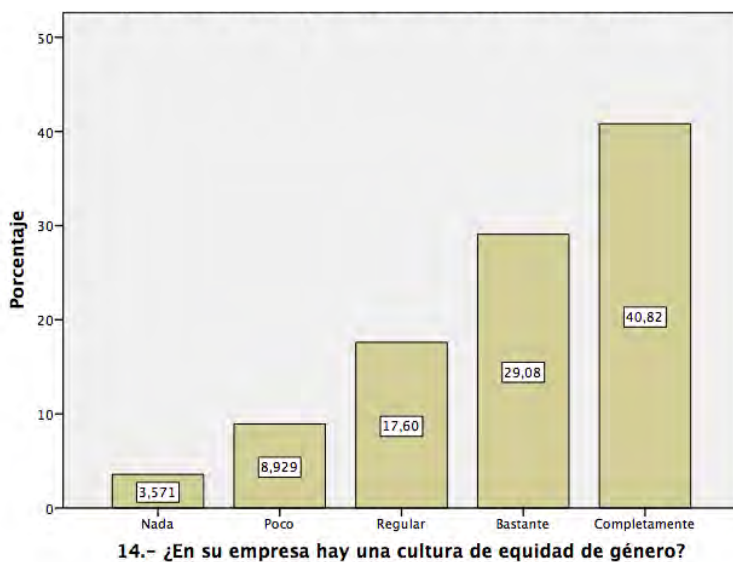
Ilustración 34 Capacitación y educación continua



La encuesta refleja que 30.61% considera que los trabajadores de su empresa reciben capacitación y educación continua completamente, 30.10% bastante, 20.41% de manera regular, pero un 14.54 considera que es poca la capacitación, y 4.33% percibe que no hay.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

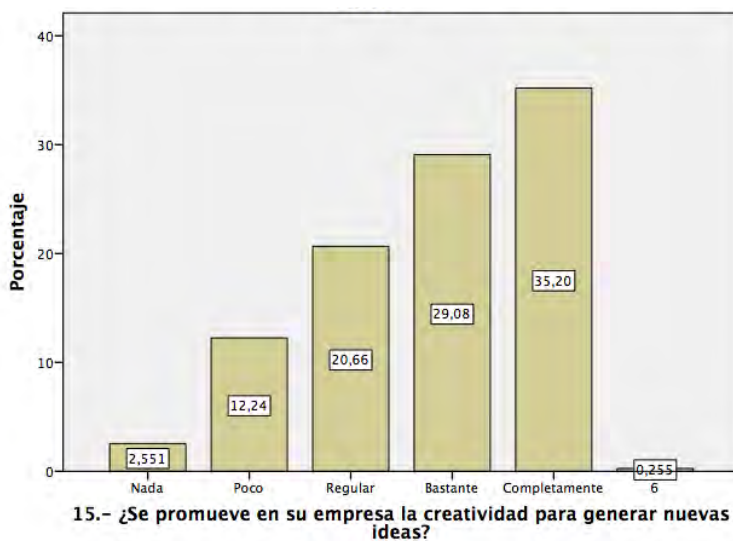
Ilustración 35 Cultura de equidad de género



La gráfica describe que la mayoría considera que hay equidad de género ya que 69.9% la consideran hay bastante o completamente esta cultura, pero por otro lado 17.60% percibe que es todavía regular, 8.92% que existe poco y 3.57% que no existe esta cultura.

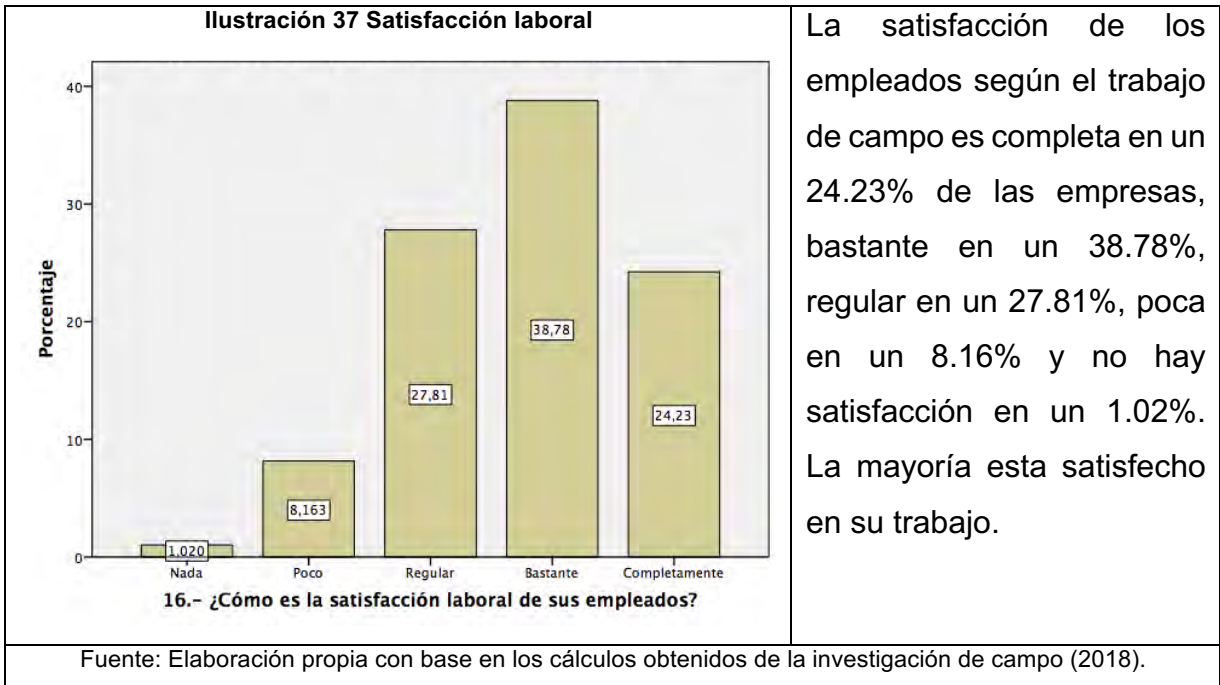
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 36 Promoción de la creatividad

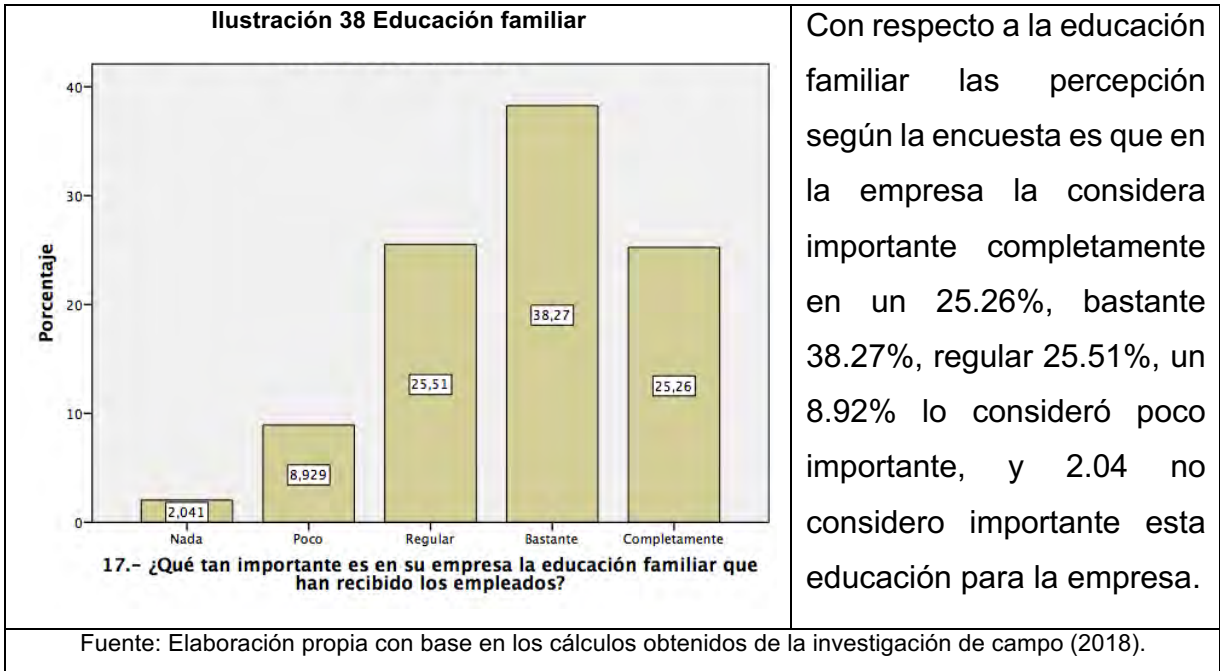


En un 35.20% de las empresas encuestadas se consideró que se promueve completamente en sus empresas la creatividad para generar nuevas ideas, otro 29.08% considero que se promueve completamente, 20.66% lo percibió regular, 12.24% indicó que era poco, y 2.55% que no se promueve.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).



La satisfacción de los empleados según el trabajo de campo es completa en un 24.23% de las empresas, bastante en un 38.78%, regular en un 27.81%, poca en un 8.16% y no hay satisfacción en un 1.02%. La mayoría está satisfecho en su trabajo.



Con respecto a la educación familiar la percepción según la encuesta es que en la empresa la considera importante completamente en un 25.26%, bastante 38.27%, regular 25.51%, un 8.92% lo consideró poco importante, y 2.04 no considero importante esta educación para la empresa.

La tercera dimensión que se ha analizado dentro de la variable capital humano es la experiencia que se compone de los siguientes indicadores: Experiencia laboral, habilidad para realizar el trabajo, nivel de ingreso, motivación para desarrollar carrera profesional en la empresa y la permanencia en la empresa. Esta dimensión se describe en las siguientes gráficas.

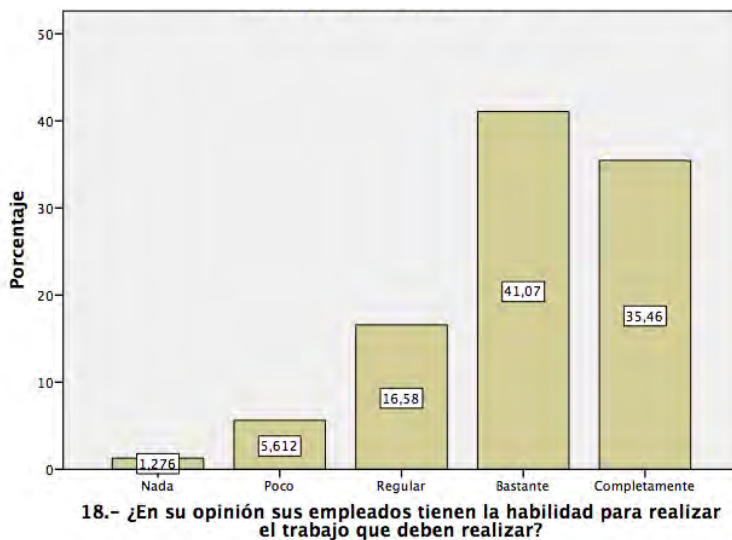
Ilustración 39 Años de experiencia



Las empresas encuestadas respondieron en un 20.47% que la experiencia de los empleados que realizan comercio electrónico es de 1 año, 2 años representa el 20.41%, 23.47% 3 años, 13.01% 4 años y el resto 22.70% tienen 4 o más años realizando esta actividad.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

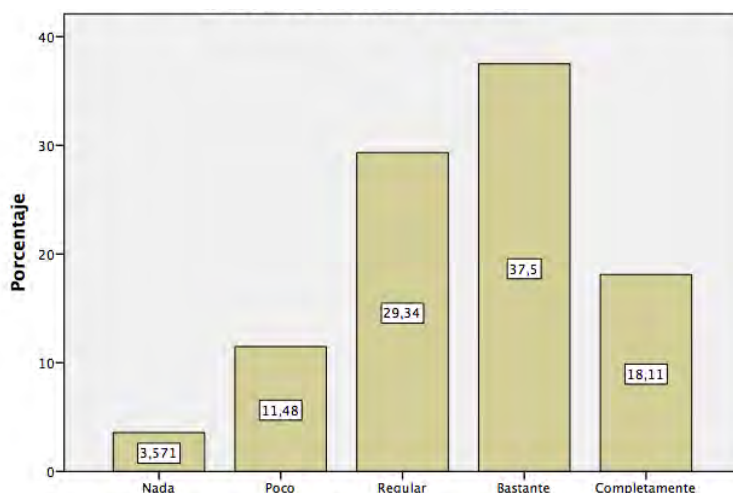
Ilustración 40 Habilidad para el trabajo



En la opinión de las empresas encuestadas 35.46% de los empleados tienen completamente la habilidad para realizar el trabajo que deben realizar, 41.07% la poseen bastante, 16.58% regular, 5.61% perciben que tienen poca capacidad necesaria y 1.27% que no la tienen.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 41 Ingresos de acuerdo a nivel de escolaridad



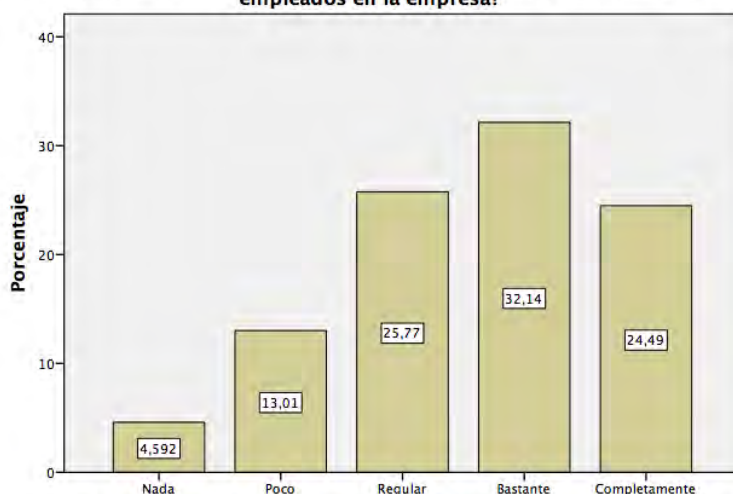
19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?

La encuesta indica que la percepción de las empresas con respecto al nivel de ingreso de sus empleados con respecto a su formación académica es así completamente según 18.11%, corresponde bastante con ello según la percepción del 37.5%, 29.34% considero regular esta correspondencia, 11.48% poco correspondiente, y 3.57% no percibió esta relación.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 42 Motivación para carrera profesional

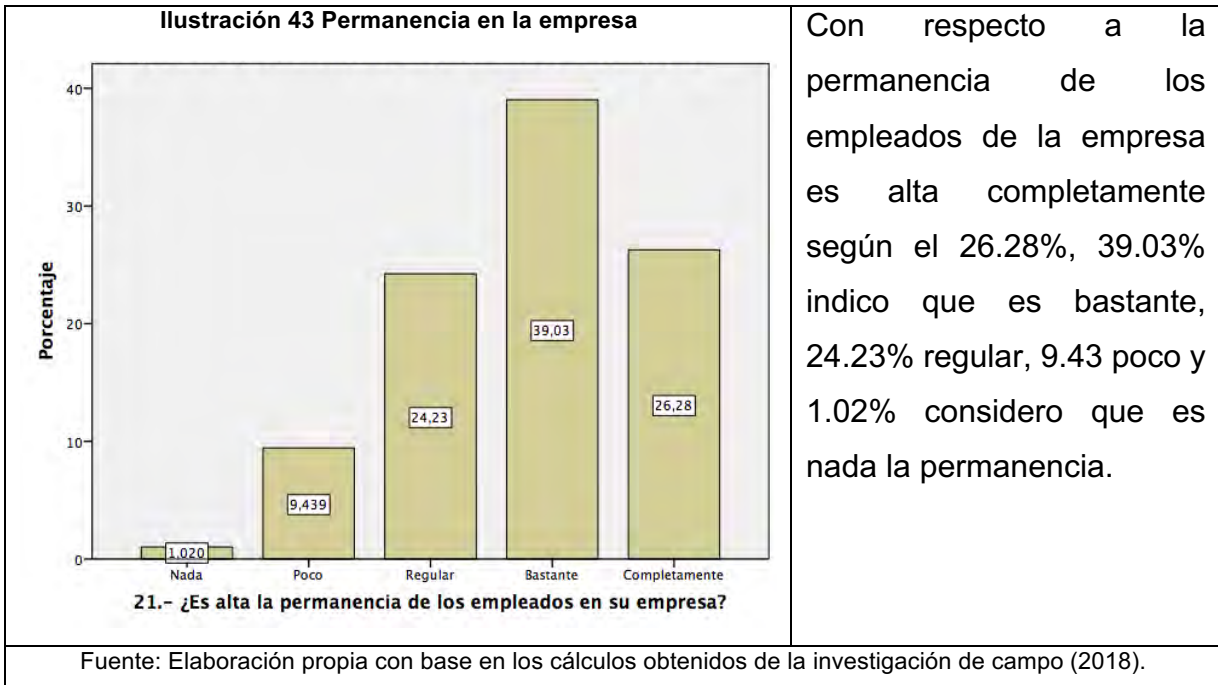
20.- ¿Existe motivación para desarrollar la carrera profesional de sus empleados en la empresa?



20.- ¿Existe motivación para desarrollar la carrera profesional de sus empleados en la empresa?

Existe motivación para desarrollar la carrera profesional de los empleados de las empresas encuestadas completamente en la percepción del 24.49%, bastante según el 32.14%, regular de acuerdo con el 25.77%, 13.01% considera poca motivación en este indicador y 4.59% indicó que no existe.

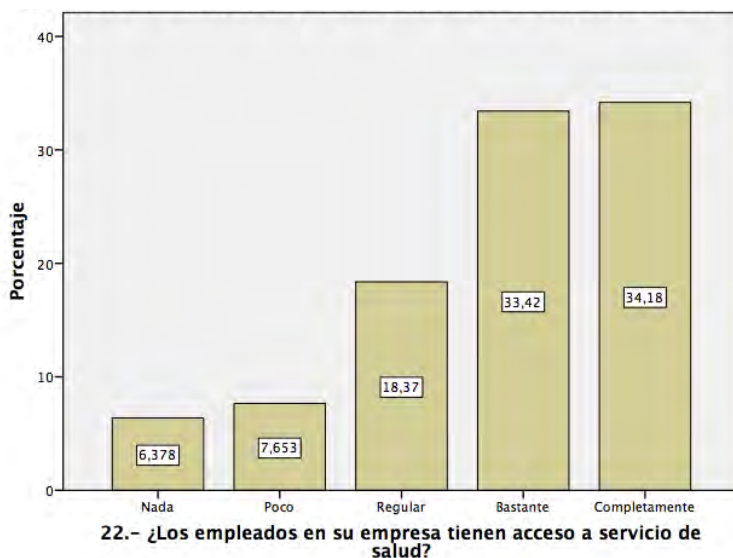
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).



Con respecto a la permanencia de los empleados de la empresa es alta completamente según el 26.28%, 39.03% indico que es bastante, 24.23% regular, 9.43 poco y 1.02% considero que es nada la permanencia.

La última dimensión que se describe es el CH innato, y para medirlo se consideraron los indicadores: acceso a servición de salud, hábitos de salud, alimentación y deporte, calidad de los servicios de salud, seguridad en el lugar de trabajo, y por último aire, agua, luz y medio ambiente sano. Los resultados del trabajo de campo se describen en las siguientes gráficas.

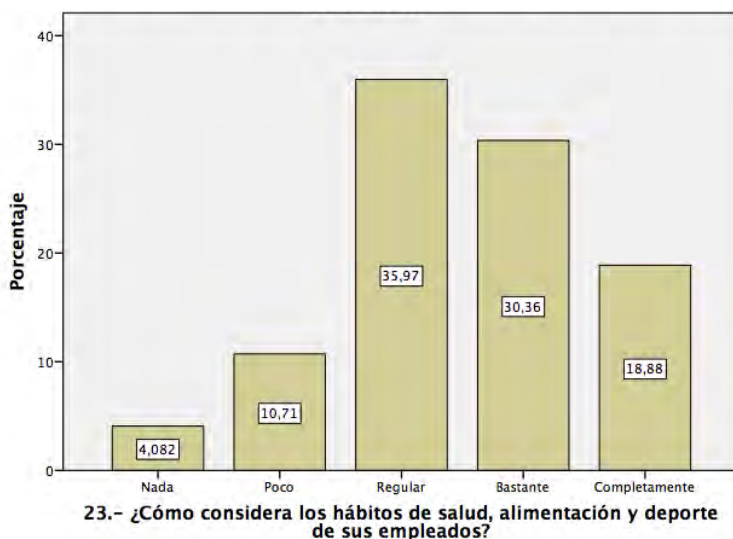
Ilustración 44 Acceso a servicios de salud



La encuesta indica que 34.18% de las empresas considera que los empleados de la empresa tienen acceso a servicios de salud completamente, 33.42% bastante, 18.37% regular, pero hay también 7.65% que los considero poco accesibles, y 6.37% que no hay acceso.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

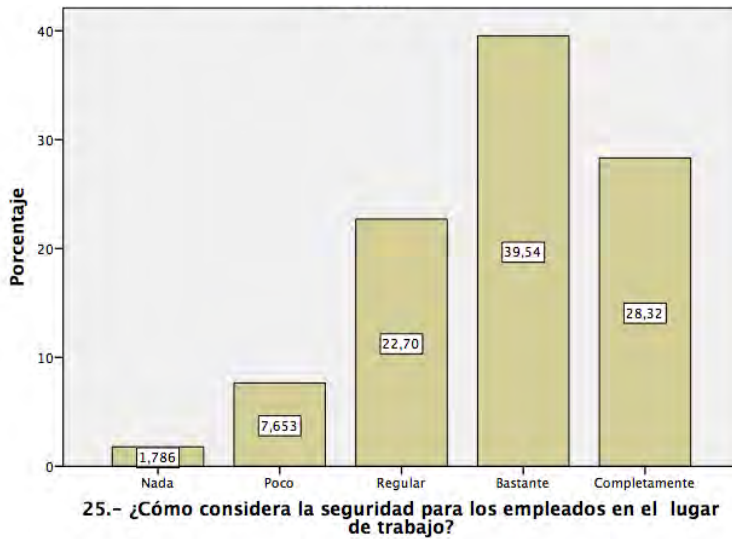
Ilustración 45 Hábitos de salud, alimentación y deporte



En la percepción de las empresas son completamente buenos los hábitos de salud en 18.88%, bastante buenos según el 30.36%, pero hay un 35.97% que indica que son regulares, 10.71% que son poco buenos y 4.08% que no hay hábitos buenos de salud, alimentación y deporte.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

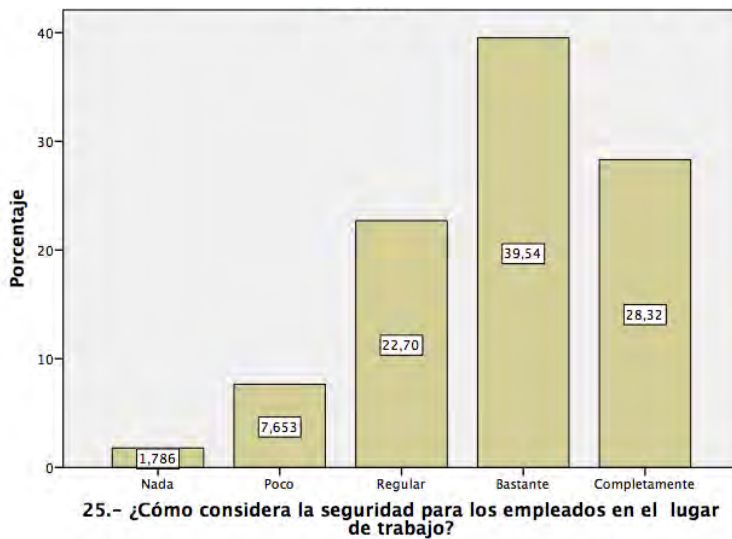
Ilustración 46 Calidad de servicios de salud



Con respecto a los servicios de salud a los que los empleados tienen acceso, la encuesta indica que son de calidad en un 22.70%, que son de bastante calidad en un 34.95%, regular en un 26.02%, poca calidad en un 12.24%, y no hay calidad en un 4.08%.

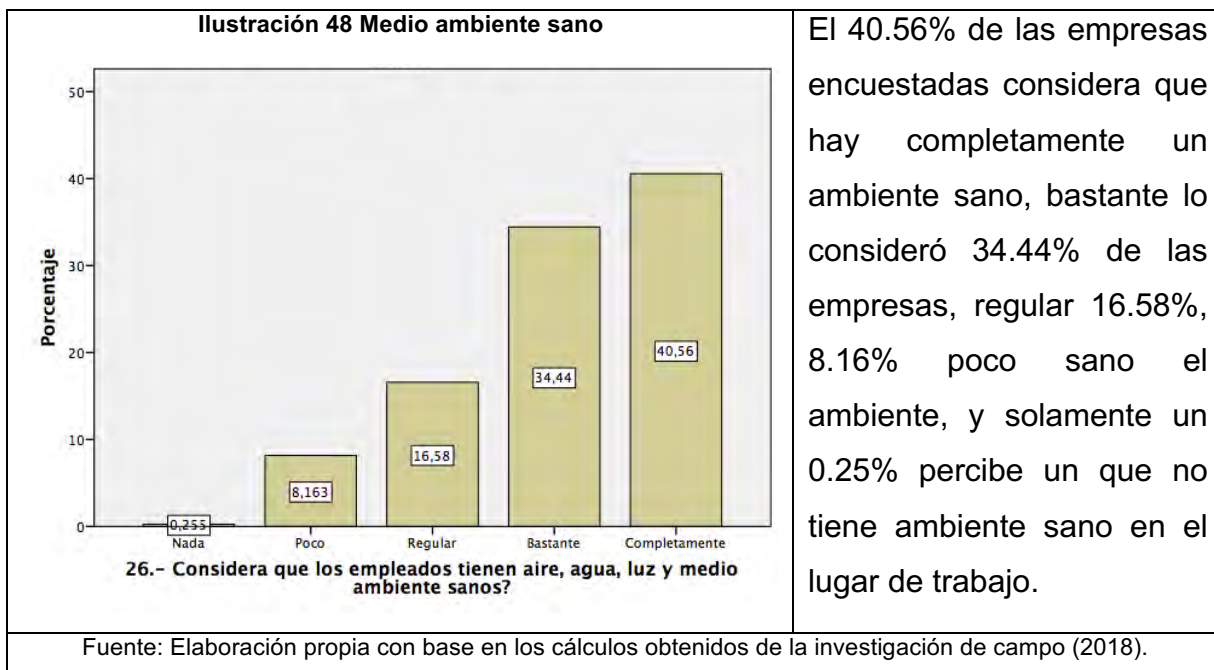
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 47 Seguridad en el lugar de trabajo



Con respecto a la seguridad en el lugar de trabajo 28.32% de las empresas considera que es completamente seguro el lugar de trabajo, 39.54% bastante seguro, 22.70% regular, 7.65% poco y 1.78% no consideró seguro el lugar de trabajo.

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).



El 40.56% de las empresas encuestadas considera que hay completamente un ambiente sano, bastante lo consideró 34.44% de las empresas, regular 16.58%, 8.16% poco sano el ambiente, y solamente un 0.25% percibe un que no tiene ambiente sano en el lugar de trabajo.

5.2. Análisis correlacional y pruebas de hipótesis

Los datos obtenidos al aplicar el coeficiente de correlación de Pearson (r), así como el coeficiente de determinación (r^2) en el trabajo de investigación, se describen en las tablas y gráficas siguientes, y se indica la prueba de las hipótesis en cada caso.

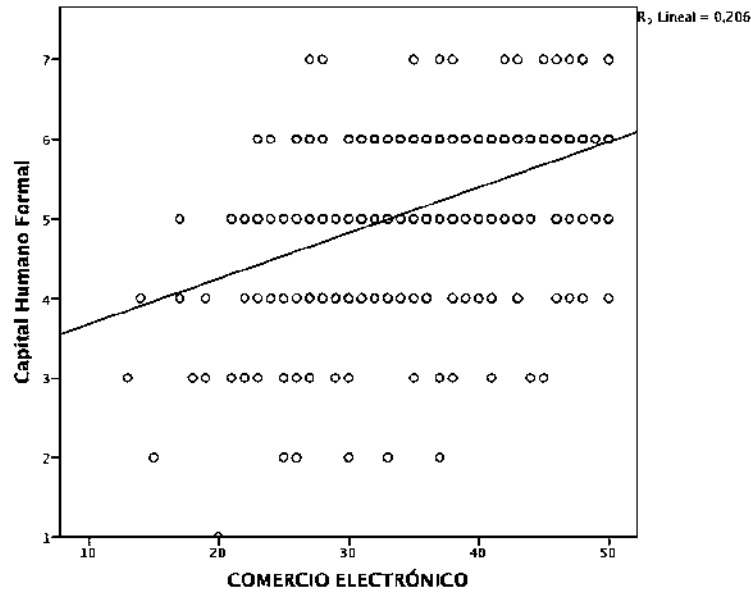
Tabla 23 Correlación comercio electrónico y capital humano formal

		COMERCIO ELECTRÓNICO	Capital Humano Formal
COMERCIO ELECTRÓNICO	Correlación de Pearson	1	.454**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	392	392
Capital Humano Formal	Correlación de Pearson	.454**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	392	392

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 49 Gráfica de correlación Comercio electrónico y capital humano formal



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

La hipótesis específica de investigación (H_1) propone que “hay relación entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.”, de acuerdo a los resultados que muestra la tabla 23, en la cual la correlación de Pearson es de 0.454 se puede decir que existe una correlación de tendencia positiva casi media. Y siendo el resultado de R^2 de 0.206, se entiende que la variación en el CH formal por la variación en el comercio electrónico es débil. Siendo así aunque existe una relación como propone la hipótesis ésta no llega a ser en un nivel considerable.

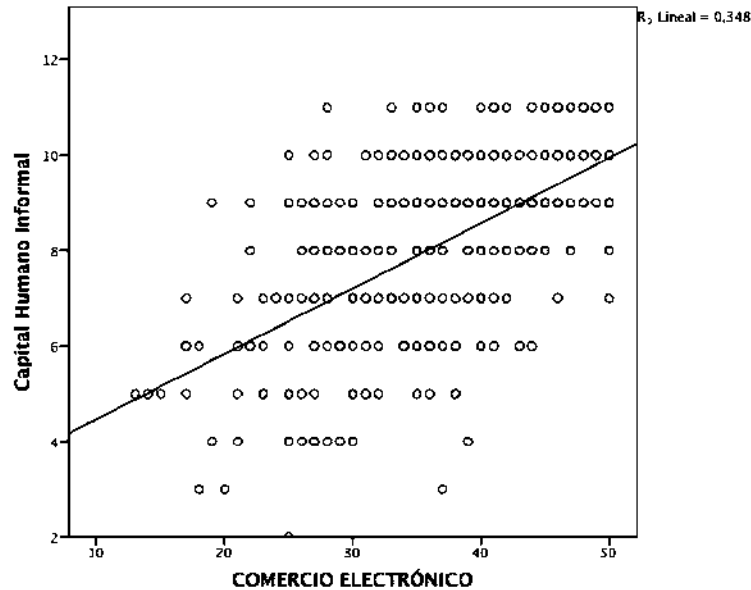
Tabla 24 Correlación comercio electrónico y capital humano informal

		COMERCIO ELECTRÓNICO	Capital Humano Informal
COMERCIO ELECTRÓNICO	Correlación de Pearson	1	.590**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	392	392
Capital Humano Informal	Correlación de Pearson	.590**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	392	392

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 50 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano informal



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

La hipótesis específica de investigación (H₂) propone que “El comercio electrónico aprovecha el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.”, y de igual manera de acuerdo a los resultados que muestra la tabla 24, en la cual la correlación de Pearson es de 0.590 se puede decir que existe una correlación de tendencia positiva entre media y considerable. Pero siendo el resultado de R² de 0.348, se entiende que la variación en el CH informal por la variación en el comercio electrónico es débil. Siendo así aunque existe una relación como propone esta hipótesis, no llega a ser en un nivel considerable.

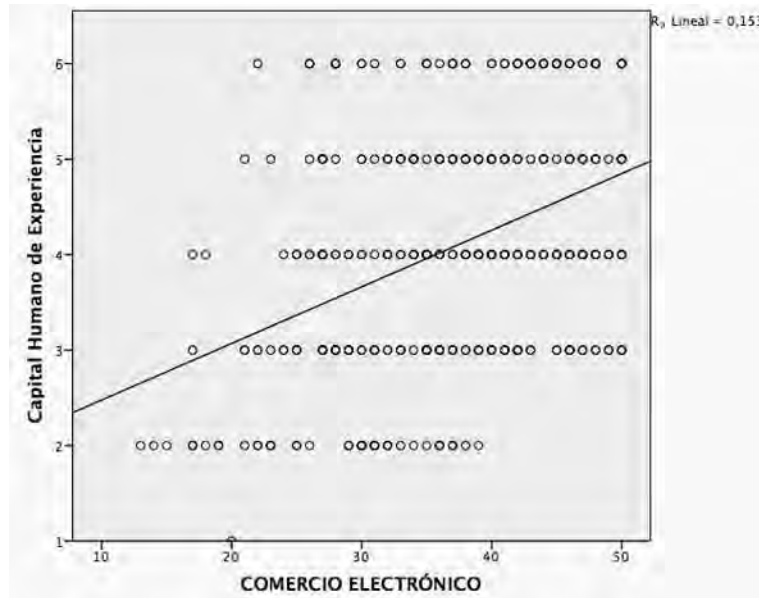
Tabla 25 Correlación comercio electrónico y Capital Humano de Experiencia

		COMERCIO ELECTRÓNICO	Capital Humano de Experiencia
COMERCIO ELECTRÓNICO	Correlación de Pearson	1	.391**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	392	392
Capital Humano de Experiencia	Correlación de Pearson	.391**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	392	392

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 51 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano de experiencia



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Por otro lado, la hipótesis específica de investigación (H₃) propone que “el comercio electrónico utiliza el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.”, y de igual manera de acuerdo a los resultados que muestra la tabla 25, en la cual la correlación de Pearson es de 0.391 se puede decir que existe una correlación de tendencia positiva entre débil y media. Y en el mismo sentido, siendo el resultado de R² de 0.153, se entiende que la variación en el CH de experiencia por la variación en el comercio electrónico es débil. Siendo así, aunque existe una relación como propone esta hipótesis ésta no llega a ser en un nivel medio y menos considerable.

Tabla 26 Correlación comercio electrónico y capital humano innato

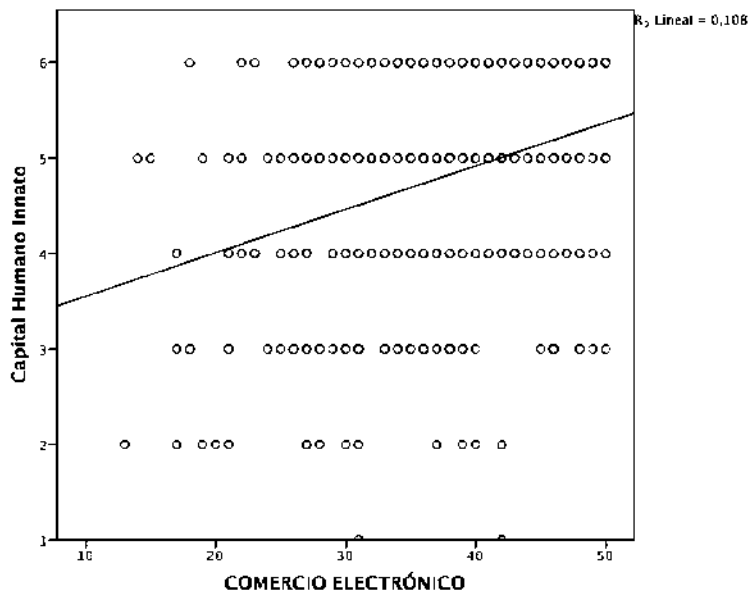
		COMERCIO ELECTRÓNICO	Capital Humano Innato
COMERCIO ELECTRÓNICO	Correlación de Pearson	1	.328**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	392	392
Capital Humano Innato	Correlación de Pearson	.328**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	392	392

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Con respecto a la hipótesis específica de investigación (H₄) propone que “las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán, México protegen el CH innato”, y de acuerdo a los resultados que muestra la tabla 26, en la cual la correlación de Pearson es de 0.392 se puede decir que existe una correlación de tendencia positiva entre débil y media. Y en el mismo sentido, siendo el resultado de R² de 0.108, como muestra la ilustración 52, se entiende que la variación en el CH de innato por la variación en el comercio electrónico es débil. Siendo así, aunque existe una relación como propone esta hipótesis ésta no llega a ser en un nivel medio y menos considerable.

Ilustración 52 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano innato



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

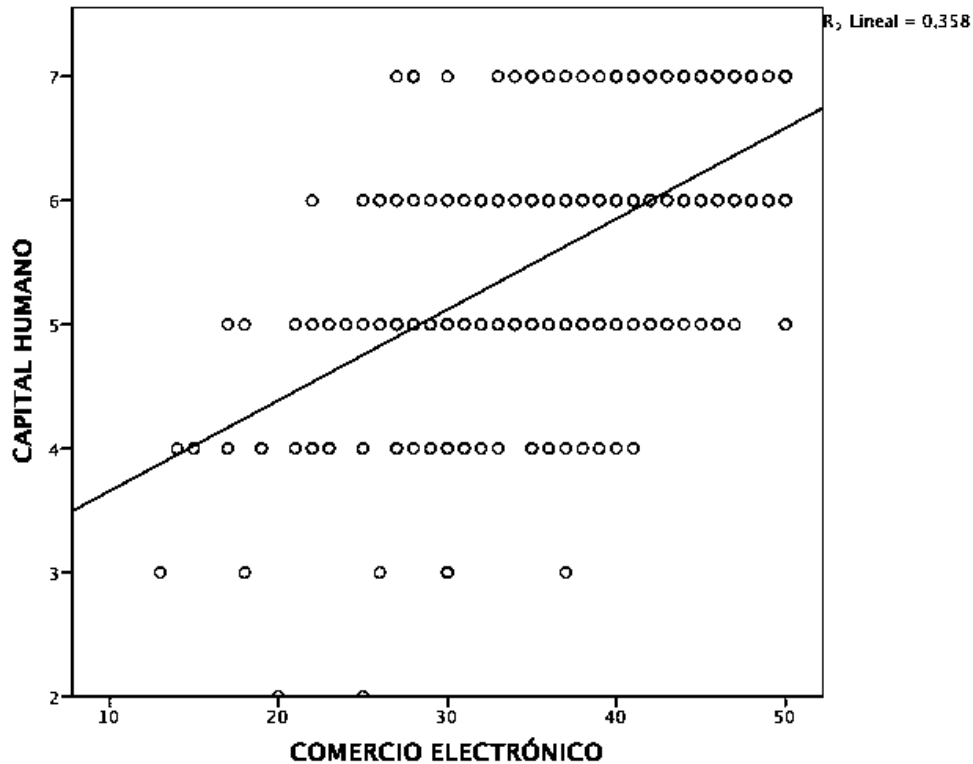
Tabla 27 Correlación comercio electrónico y capital humano

		COMERCIO ELECTRÓNICO	CAPITAL HUMANO
COMERCIO ELECTRÓNICO	Correlación de Pearson	1	.599**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	392	392
CAPITAL HUMANO	Correlación de Pearson	.599**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	392	392

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Ilustración 53 Gráfica de correlación comercio electrónico y capital humano



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos obtenidos de la investigación de campo (2018).

Por último con respecto a la hipótesis general de investigación se propone que “Hay relación entre el CH y el comercio electrónico que hacen los empresarios de las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México”, y de acuerdo a los resultados que muestra la tabla 27, en la cual la correlación de Pearson es de 0.599 se puede decir que existe una correlación de tendencia positiva entre media y considerable.

Se puede afirmar que siendo el resultado de R^2 de 0.358, como muestra la ilustración 53, se entiende que la variación en el CH por la variación en el comercio electrónico es entre débil y media. Por lo que, aunque existe una relación positiva como propone esta hipótesis ésta no llega a ser considerable.

CONCLUSIONES

Ante el auge de las TIC's en las tres últimas décadas en todo el mundo, y su aplicación constante para la realización del CE. Y por otro lado la necesidad de utilizar de manera óptima el CH, para promover el desarrollo local de la ciudad de Morelia, Michoacán, México se ha desarrollado el presente trabajo de investigación para analizar las relaciones de estas importantes variables de la dinámica social contemporánea.

El objetivo de la investigación fue determinar cuáles son los factores que inciden en la formación, incremento y utilización del CH de las MIPYMES que realizan CE de la ciudad de Morelia, así como determinar en qué medida y en qué sentido se da una relación entre las variables del CH y el CE.

Se recurrió a una revisión de investigaciones teóricas y se hizo trabajo de campo con la finalidad de encontrar antecedentes de trabajos parecidos a la presente investigación, con el objeto de determinar los factores que inciden en la adquisición del CH, y se determinó seguir un modelo para estudiar el CH que se basa en la adquisición del mismo desde cuatro vertientes: CH adquirido por educación formal, CH adquirido por educación informal, CH adquirido por experiencia y CH innato.

El trabajo de campo para llevar a cabo la presente investigación inició en marzo de 2015, realizada en la ciudad de Morelia, Michoacán, México en empresas que se desarrollan comercio electrónico, enfocándose en MIPYMES.

En el proceso de comprobar o refutar las hipótesis se utilizaron los datos correlacionados, utilizando como herramienta el método de correlación de "*r*" Pearson.

Aunque la primera hipótesis suponía la existencia de una correlación entre CE y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, se puede concluir que existe una relación pero es moderadamente débil, y con tendencia positiva. Teniendo en cuenta que a esta conclusión se ha llegado a partir de considerar

los indicadores de años medios de estudio y calidad de la educación. Si se quiere mejorar en estos índices se puede considerar incrementar estos indicadores. Las acciones encaminadas a mejorar los niveles educativos y la calidad de la educación en relación a las TIC's, y que fortalezcan la debilidad en que se encuentra esta relación en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, y que incrementen la tendencia positiva de la situación actual serían coherentes con la agenda digital para América Latina y el Caribe (eLAC2020) de la CEPAL (2018), que tiene como objetivos: Fomentar el uso de tecnologías digitales en las empresas, con foco especial en las MIPYMES, así como promover la transformación digital en los distintos aspectos de la economía. Además de impulsar el desarrollo y la incorporación de habilidades digitales y de pensamiento computacional en los procesos de enseñanza-aprendizaje, mediante la actualización de los contenidos curriculares, acorde a las capacidades que demandarán las actividades del futuro.

En la segunda hipótesis el supuesto es que las MIPYMES que hacen CE aprovechan el CH informal, considerando que este último se integra a partir de el autoaprendizaje y la educación informal, la capacitación y educación continua en el trabajo, la equidad de género, creatividad para generar nuevas ideas, la satisfacción laboral y la educación familiar. Al poner a prueba esta hipótesis, se ha concluido que ciertamente existe una correlación media y de tendencia positiva. En consideración a esta situación es importante que las MIPYMES de la ciudad procuren mejorar estos indicadores; incentivando y fortaleciendo la creatividad y el aprendizaje y reconociendo la necesidad de la educación desde la familia y la igualdad de los géneros, así como determinar políticas empresariales propias para satisfacer a sus empleados. Esto podrá generar un ambiente propicio para que se implemente adecuadamente el uso de las TIC's y se realice de manera más eficiente el comercio electrónico, pero sobre todo que aumente el CH de la empresa, para que a la postre sea más competitiva. Ya que la disponibilidad de talento humano pertinente es una de las fortalezas que hacen atractiva a una ciudad o región y se convierte en una ventaja competitiva. En consecuencia, la disponibilidad de información y conocimiento sobre el talento humano que requieren las actividades productivas, así como la identificación de brechas

en las destrezas, competencias y habilidades, son insumos fundamentales para orientar las acciones de los sectores público, privado y academia para facilitar la formación y la generación de empleo de calidad (Gallegos, 2014).

Como una tercera hipótesis se plantea que el comercio electrónico utiliza el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán, México al utilizar la prueba de correlación de Pearson, se encontró que las MIPYMES que hacen CE tienen una correlación débil aunque positiva en cuanto a la determinación del CH adquirido por experiencia. En este caso este índice se integró por medio de los indicadores: experiencia laboral, habilidades para realizar el trabajo, nivel de ingreso, la motivación para desarrollar carrera profesional en la empresa y por último la permanencia en la misma. En aras de desarrollar este tipo de CH que a su vez incrementa las habilidades para el uso de las TIC's, y concretamente pueda aumentar las posibilidades del comercio electrónico, se deben considerar acciones enfocadas en la mejora de cada uno de estos índices. Estos esfuerzos son ineludibles desde una perspectiva de desarrollo local, porque hay una clara correlación positiva entre las capacidades de un país para desarrollar la economía digital y su ingreso per cápita. Los países con mayores capacidades digitales son más ricos. El círculo virtuoso es evidente (Cimoli, 2016).

En la cuarta hipótesis se enunciaba que las MIPYMES que realizan CE en la ciudad de Morelia, Michoacán protegen el CH innato. De inicio no se conocía en que medida y que sentido esto fuera cierto, pero la prueba de esta hipótesis ha manifestado que si hay una relación y es en sentido positivo, pero el nivel de esta relación es entre media y débil. Este índice fue resultado de la suma de los indicadores como son el acceso a servicios de salud, hábitos de salud, alimentación y deporte, calidad de servicios de salud, seguridad en el lugar de trabajo y por último agua, luz, aire y medio ambiente sano. Los indicadores antes de ser sumados se han ponderado de acuerdo a la preponderancia de menciones en las teorías analizadas para formar la batería de indicadores para el análisis.

Es cierto que las TIC pueden y deben cumplir un rol fundamental en la evolución de la región, ejerciendo como habilitadoras y palanca hacia el desarrollo económico, y mejorando la eficiencia en el uso de los recursos de los países y sus niveles de producción, para lograr cerrar la brecha de productividad con otros países en todos los sectores de la economía, además de mejorar los principales servicios sociales según dice García Zeballos (2017). Pero además, desde el enfoque del desarrollo local, el desarrollo debe trascender la esfera de lo económico y procurar el bienestar desde una visión holística del ser humano, por ello la cuarta hipótesis considera esta dimensión de CH innato.

Del mismo modo, se concluye que la hipótesis general que se puso a prueba, es comprobada, hay relación entre el CH y el comercio electrónico que hacen los empresarios de las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán. Se concluye que existe la relación aunque es moderadamente débil y con sentido positivo. Esta conclusión surge de la correlación de CE y CH, para lo cual se tuvo en cuenta la suma de las cuatro dimensiones consideradas en el análisis: CH formal, CH informal, CH por experiencia, CH innato. Y por otro lado, tanto en esta hipótesis general como en cada una de las particulares la variable CE surgió de la suma de las dimensiones: Infraestructura, formación, organización y uso. Los indicadores de estas cuatro dimensiones en suma constituyeron el índice de CE, que permitió elaborar la correlación que ayudó a probar las hipótesis.

En distintas cumbres y conferencias internacionales realizadas durante los últimos años, los países se han comprometido formalmente a avanzar hacia la construcción de una sociedad de la información, transformando a las nuevas TIC's en instrumentos efectivos para la promoción del desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad global. También se ha planteado como desafío la utilización de todo el potencial de las nuevas TIC para cumplir con los objetivos de desarrollo de la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas, en ámbitos como la reducción de la pobreza, la universalización de la educación primaria, el fomento de la equidad de género, la

prevención y atención de enfermedades y la preservación del medio ambiente como afirma Villatoro (2005). En este sentido este análisis ayuda a esclarecer que en la ciudad de Morelia, el uso de TIC's en la MIPYMES su infraestructura de redes y comunicación, la formación para el desarrollo de habilidades en el uso de las mismas, y la aplicación en las diversa áreas de la empresa, en concreto para llevar a cabo el comercio electrónico tiene por el momento una correlación moderadamente débil con la formación, adquisición y aprovechamiento de CH, pero pueden y deben incrementarse para obtener los beneficios que la economía del conocimiento y la información está aportando a los países que más la han desarrollado.

Por último se concluye que se alcanzó exitosamente el objetivo general de la investigación que consistió en analizar la relación entre el CE en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán y el CH.

En el enfoque de las teorías del desarrollo local que guían este análisis se ha considerado que cerrar la brecha digital hoy es fundamental para avanzar hacia el logro de sociedades con más igualdad, en campos tan diversos como el aprendizaje, la inserción en el mundo del trabajo, el aumento de la productividad, la voz y visibilidad públicas, la producción y el consumo cultural, y la capacidad de gestión y organización. La brecha agudiza los contrastes entre regiones, países y grupos sociales y culturales. Quien no está conectado estará excluido de un modo cada vez más intensivo y amplio. La información y el conocimiento se han transformado en las formas de riqueza actuales y en un motor para el desarrollo. Las TIC's permiten generar, almacenar, transmitir, recuperar y procesar información en dimensiones espaciales y temporales hasta ahora inéditas. Esto interpela a los sistemas de educación formal, por cuanto las TIC ofrecen nuevas modalidades para producir aprendizajes y transmitir conocimientos. Cabe preguntarse qué significa hoy garantizar igualdad de acceso a este almacén global de conocimiento y qué competencias deben democratizarse para los nuevos usos de la información y el conocimiento (Sunkel G. e., 2014).

No existen estudios que analicen la relación existente entre el CH y CE en la MIPYMES en Morelia desde una perspectiva de desarrollo local, es por ello que se contribuyó al conocimiento de esta correlación de manera inédita. La investigación realizada sirvió para conocer la situación en la que se encuentran estos fenómenos de manera concreta.

RECOMENDACIONES FINALES

A continuación se presentan algunas recomendaciones con base en los resultados obtenidos en la investigación y las recomendaciones de diversas instituciones y teorías al respecto, con ello se pretende contribuir en la toma de decisiones de las MIPYME que desarrollan CE para que incrementen los diversos índices analizados y puedan insertarse de manera más propia en la dinámica de la economía digital y al mismo tiempo desarrollar y proteger el CH y contribuir al bienestar de los individuos en la sociedad local.

Existen diversos estudios a nivel internacional acerca de la relación entre el crecimiento económico de los países y su desarrollo en comunicaciones electrónicas. En la actualidad este desarrollo aparece íntimamente ligado al de la banda ancha y al de los servicios de datos, y en general al sector de las TIC's. En particular, de acuerdo con un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), un aumento promedio del 10% en la penetración de banda ancha en los países de América Latina y el Caribe (ALC) provoca un alza del 3,19% del producto interno bruto (PIB) y del 2,61% de la productividad, a la par que genera más de 67.000 empleos directos (García Zaballos, 2017). En sintonía con este estudio, el presente análisis ha procurado descubrir la realidad del CE en la ciudad de Morelia y de las TIC's en general pero trascendiendo lo económico y abarcando el bienestar humano a partir de generar y preservar el CH.

El desarrollo de la economía digital depende del despliegue de la infraestructura de telecomunicaciones con el desarrollo de las aplicaciones, los contenidos y las plataformas en las que convergen un gran número de bienes y servicios. Dentro de este marco, las TIC pueden y deben cumplir un rol fundamental en la evolución de la región, ejerciendo como habilitadoras y palanca hacia el desarrollo económico, y mejorando la eficiencia en el uso de los recursos de los países y sus niveles de producción, para lograr cerrar la brecha de productividad con otros países en todos los sectores de la economía, además de mejorar los principales servicios sociales según menciona García Zaballos (2017). En el análisis de la infraestructura de TIC's, esta investigación tomo en cuenta la disposición de equipos de cómputo y redes y la

conectividad al internet. En estos rubros es necesario mejorar la infraestructura ya que hay mas de un 40% que no cuenta con un equipamiento adecuado, y también casi un 50% considera que hay insuficiencia en los servicios de internet con que cuenta la empresa.

Las TIC's son esenciales para la economía y para la sociedad en general. Su impacto es tan profundo que ningún sector queda al margen de su influencia. Por tanto, las repercusiones en la formulación de políticas son de amplio alcance. Aunque las políticas TIC's tradicionales tendían a centrarse en el sector de TIC's, recientemente esas políticas han adquirido un carácter más horizontal, y tratan asuntos que van desde la creación de empresas y el aumento de la productividad a la administración pública, el empleo, la educación, la sanidad, el envejecimiento, el medio ambiente y el desarrollo. Las políticas TIC's tienen por objetivo favorecer las condiciones económicas y sociales que propician el desarrollo y el crecimiento y son pilares fundamentales de las estrategias nacionales de economía digital (OCDE, 2015). En atención a lo anterior se debe procurar que los indicadores analizados en función de la formación para el uso de TIC's, el uso para funciones administrativas, y la utilización de las mismas en diversos departamentos de las MIPYMES se desarrollen. Ya que el análisis mostró que:

- Solamente la mitad de los que hacen comercio electrónico está suficientemente capacitado para esa función.
- Por otro lado casi 36% no utiliza adecuadamente las TIC's en funciones administrativas.
- En lo que se refiere a uso de las TIC's para el manejo de productos y servicios o realizar investigación y desarrollo casi un 35% no considera que sea suficiente.
- En el sentido de el uso de TIC's para el manejo de mercados también un 40% todavía considera que le falta para llegar a un nivel de bastante adecuado.
- En el rubro del uso para el correo electrónico y la comunicación interna existe mas de 70% que lo considera suficiente, restando casi un 30% por mejorar.

- En la actividad objeto de esta investigación, todavía casi la mitad de las empresas consideran que no es adecuado el nivel de ventas que realizan y que todavía es factible incrementar.
- Por último en lo que se refiere a la seguridad informática también casi es la mitad que considera que no es bastante seguro en este ámbito.

Se propone que este ecosistema de cuatro dimensiones de las TIC's, sea considerado para mejorarlo y así poder llevar a cabo actividades como el CE y aumentar los índices de las diferentes correlaciones, que si bien tienen sentido positivo su nivel es todavía moderadamente débil.

Es urgente mejorar los indicadores propuestos porque se sabe que en diversos países, las competencias en materia de TIC se consideran la clave para la creación de nuevas oportunidades de trabajo. La estrategia Digital *Czech* versión 2.0 de la República Checa describe un conjunto de medidas destinadas a reforzar el nivel de competencias en materia de TIC. Entre ellas cabe citar la colaboración entre el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y el Ministerio de Educación, Juventud y Deporte sobre una estrategia que mejore la alfabetización digital y potencie las competencias digitales de la población. El objetivo consiste en asegurar que las personas que se incorporen por primera vez al mercado de trabajo dispongan de competencias suficientes de TI y en apoyar a los trabajadores en activo durante los períodos de transición debidos a las actividades de TIC o a los efectos de la globalización. En España, la Agenda Digital 39 tiene por objeto promover la inclusión y la alfabetización digital, así como fomentar la formación de nuevos profesionales de TIC. En Italia, la Estrategia de la Agenda Digital 2014-2020 prevé la inversión de 12 millones de euros en potenciar las competencias digitales y elevar el nivel de alfabetización digital, ampliar los planes de estudio de materias relacionadas con competencias digitales, incrementar el número de cursos de formación en competencias de TIC's, relanzar el número de graduados en campos relacionados con las TIC's y reforzar las competencias digitales de los funcionarios públicos. En Australia, la inclusión digital se promueve a través de medidas dirigidas directamente al mercado de trabajo. La Estrategia Nacional de Economía Digital tiene por objeto

duplicar el porcentaje de tele-trabajadores 40 hasta alcanzar un 12% de los empleados australianos, y adoptar medidas para dar a conocer esta modalidad de trabajo entre la población activa, como por ejemplo la organización de una Semana Nacional del Teletrabajo (OCDE, 2015).

En general, el análisis de las estrategias de economía digital nacionales pone de manifiesto que las políticas de TIC's han cambiado considerablemente en la última década y se han integrado en las prioridades generales de la política económica y social con vistas a crear un marco de condiciones propicio para el crecimiento y el desarrollo. El análisis precedente está en consonancia con los resultados del cuestionario de política económica digital relativo a las prioridades de las políticas de TIC's nacionales. En 2014, de entre 29 países, 26 consideraban que el despliegue de infraestructuras de Internet de banda ancha era su máxima prioridad en ese momento. En 19 de 28 países, la privacidad y la seguridad digitales ocupaban los puestos segundo y tercero. Ahora bien, cuando se les solicitó que calificaran la evolución probable de sus prioridades en un futuro próximo, los países situaron el desarrollo de competencias como el primer objetivo, seguido por la mejora del servicio público y la creación de contenidos digitales (OCDE, 2015).

Según la OCDE (2015), al analizar la utilización de Internet y de las TIC, más allá de la simple conectividad y la presencia en Internet, se comprueba que la explotación de las TIC en los procesos empresariales generales presenta un gran potencial. La participación en el comercio electrónico, por ejemplo, es todavía relativamente baja en el área de la OCDE. En 2013, sólo un 21% de las empresas vendían productos y servicios por Internet, tan solo un 2% más que en 2009. Las diferencias entre los países de la OCDE son considerables.

En lo que respecta al comercio electrónico, aproximadamente un 50% de la población de los países de la OCDE compró productos en línea en 2014, frente a un 31% en 2007. Es muy probable que esta tendencia se sostenga en un futuro próximo y ya habría interferido con los canales tradicionales de distribución de algunas clases

de productos, como los servicios de viajes y vacaciones. La rápida difusión de los dispositivos móviles inteligentes ha dado lugar a que un número cada vez mayor de personas compren productos a través de dispositivos móviles (OCDE, 2015).

Para considerar las tendencias al futuro de la relación del CE y CH y de las TIC's en general se puede tener en cuenta la agenda digital para América Latina y el Caribe (eLAC2020) de la (CEPAL A. D., 2018) que tiene como objetivos:

- Fortalecer las habilidades digitales avanzadas, técnicas y profesionales, además de proveer incentivos para que las empresas y los gobiernos capaciten continuamente a sus trabajadores y se mejore la productividad y la eficiencia.
- Promover la producción, oferta y uso de los contenidos, bienes y servicios digitales como condición necesaria para la inclusión de personas con discapacidad y personas mayores en la sociedad de la información, especialmente para el trabajo, la educación, el acceso a la justicia, los servicios públicos y las ciudades inteligentes.
- Masificar el acceso a servicios digitales y la producción y oferta de contenidos, asegurando la inclusión de toda la población, estimulando también la producción, la oferta y el uso de contenidos en lenguas indígenas y originarias.
- Promover una cultura digital que incentive en los habitantes el desarrollo de habilidades y competencias digitales para el uso innovador, seguro y responsable de las TIC para una convivencia pacífica en línea.

En el mismo sentido de las tendencias actuales y perspectivas de futuro de la relación de las variables CE y CH en función de las TIC's y en la perspectivas del desarrollo, se pueden enunciar las reglas de operación del Programa para el Desarrollo de la Industria de Software y la Innovación (PROSOFT) para el ejercicio fiscal 2017 en México, en donde se propusieron como objetivos:

- Impulsar el desarrollo del mercado de bienes y servicios digitales (oferta y demanda).
- Promover la innovación en TIC para aprovechar tecnologías emergentes y la industria genere productos y servicios de alto valor agregado.
- Promover el comercio electrónico mediante creación de confianza en un marco legal que impulse nuevos productos y su adopción.
- Aprovechar los servicios intensivos en conocimiento como fuente de productividad y diversificación de exportaciones.
- Facilitar el desarrollo del ecosistema de economía digital.
- Incrementar las competencias y habilidades de talento en el sector comercio y servicios.
- Promover la innovación en el sector servicios bajo el esquema de participación academia, sector privado y gobierno (triple hélice) (DOF, 2018).

La globalización y los cambios tecnológicos están generando un mundo del trabajo cada vez más polarizado. Nunca ha habido un momento mejor para tener un perfil de trabajador altamente cualificado. En cambio, no es buen momento para aquellos no cualificados. Esta situación está intensificando las desigualdades. Se prevé que muchos trabajos de tipo rutinario, como los administrativos, van a desaparecer o a ser sustituidos por computadoras, o bien ya han desaparecido. Además, muchos más trabajadores afrontan otro tipo de inseguridades. Como se mencionó en este trabajo en el estado más del 60% de las personas empleadas trabajan sin contrato, y solo cerca 30% por ciento de la población estatal cuenta con una protección social de salud (Cimoli, 2016).

El CH, en general, es uno de los insumos más importantes para la generación de riqueza, la disminución de la pobreza de manera sostenible y la reducción de inequidades, lo que lleva a un mejor desarrollo y aumento de la competitividad.

El mercado laboral y sus continuos ajustes demandan de manera constante nuevos conocimientos, destrezas, competencias o habilidades que tienen que ser suplidas por trabajadores cada vez mejor capacitados.

Las brechas de CH existen cuando las empresas demandan conocimientos o habilidades que son de difícil consecución en los trabajadores que hacen parte del mercado laboral, o cuando la cantidad de trabajadores no es suficiente, la economía se reciente, se afecta la productividad y se limitan las posibilidades de crecimiento y de bienestar. Por lo tanto, hay una relación directa entre la capacidad de generar procesos de educación y de formación para el trabajo, oportuna y pertinente, con el desarrollo de la capacidad productiva de un país o de una región.

El emprendimiento con aprovechamiento de TIC's es la que más valor económico y social produce en las comunidades en las que prospera, pues al tiempo de crear bienes o servicios con un alto valor agregado y empleos de calidad, genera desarrollo y bienestar en su ecosistema, y de hecho incrementa la demanda de más capacidades para innovar. Y a eso debe aspirar la ciudad de Morelia con los esfuerzos encaminados a desarrollar el ecosistema de TIC's para el aprovechamiento y cuidado de su CH.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abad, S. C. (2013). *Social-Buy.com*. Recuperado el 28 de julio de 2015 de <https://www.social-buy.com/>
- ADIGITAL, A. d. (2012). *Libro Blanco del comercio electrónico: Guía práctica de comercio electrónico para Pymes*. Zaragoza: ADIGITAL.
- AGESIC. (2013). *Comercio electrónico para PYMES*. AGESIC.
- Aguilera, M. (1984). *La crisis de la teoría económica*. Mexico: UNAM.
- Alburquerque, F. (1996). *Fomento productivo municipal y gestión del desarrollo económico local*. Santiago, Chile: ILPES.
- Alburquerque, F. (2004). *CEPAL*. Recuperado el 29 de agosto de 2015 de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/082157171_es.pdf?sequence=1
- Alburquerque, F. (2004). *Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina*. Revista CEPAL.
- Álvarez, M. y. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una mejora a la contribución de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. El Salvador: CEPAL y CENPROMYPE.
- Ángeles, E. (2005). *Métodos y técnicas de Investigación*. México: Trillas.
- AMIPCI. (2014). Recuperado el 5 de Julio de 2015 de <https://www.amipci.org.mx/es/noticiasx/2183-e-business-week-en-octubre>
- AMIPCI. (2014). *Dspositivos móviles: hábitos del consumidor mexicano*. Recuperado el 29 de octubre de 2015 de <https://www.amipci.org.mx/es/estudios>
- Arocena, J. (2001). *Globalización y Desarrollo Local*. Rosario: Homo Sapiens.
- Arocena, J. (2002). *El desarrollo Local: un desafío contemporáneo*. Uruguay: Taurus.
- Arteaga, J. R. (2013). *FORBES*. Recuperado el 30 de junio de 2013 de <http://www.forbes.com.mx/internet-el-nuevo-escenario-emprendedor/>
- Arzaluz, S. (2005). *La utilidad del estudio de caso en el análisis local. Región y sociedd*. Sonora.
- Atria, R. (2003). *Capital Social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Chile: CEPAL.
- AVSI. (2008). *Capital Humano, recurso para el desarrollo*. Milán, Italia: AVSI.
- Banco Mundial. (2003). *Aprendizaje permanente en la economía global del conocimiento: desafíos para los países en desarrollo*. México: Alfaomega.
- Becker, G. S. (1962). Investment in human capital: A Theoretical analysis. *The Journal of Political Economy*, 70(5), 9-49.
- Becker, G. S. (1975). Capital Humano: Un análisis teórico y empírico, con especial referencia al Capítulo Educación . *NBER*, 22-50.
- Béjar, R. C. (2 de Mayo de 2004). América Latina y el consenso de Washington. *Boletín Económico ICE*, 2803.
- Boarini, R. M. (2012). Approaches to Measuring the Stock of Human Capital: A Review of Country Practices. *Statistics Working Papers*.
- Boisier, L. (2005). Hay espacio para el desarrollo local en la globalización. *Revista de la CEPAL* 86.
- Boisier, S. (2015). *ABACOENRED*. Recuperado el 26 de Julio de 2016 de <http://abacoenred.com/IMG/pdf/boisier.pdf>

- Boveda, J. (2004). El emprendedor y las Pequeñas Empresas. *Futuro*, 2.
- Bratianu, C. (2010). Knowledge Economy Dimensions. *Review of International Comparative Management*, 210-224.
- Briseño, R. J. (2006). Modelos de desarrollo y estrategias de integración en América Latina: una revisión crítica. *Cuadernos Sobre Relaciones Internacionales, Regionalismo y Desarrollo*, Vol. 1, no. 1, enero-Junio 2006.
- Bunge, M. (1985). *Economía y filosofía*. Madrid: Ed. Tecnos.
- Buvinic, M. e. (2004). *Inclusión Social y desarrollo económico en América Latina*. Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Calva, J. L. (2007). *Financiamiento del crecimiento económico*. México: Porrúa.
- Chamorro, E. Z. (2008). Knight y sus aportes a la Teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 83-98.
- Cano, V. S. (2015). ¿Del fordismo al postfordismo?. El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial. Valencia.
- Cárcamo, R. et al.. (2005). *Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y el Caribe*. CEPAL.
- Clusters.cat. (2016). *cluster.cat*. Recuperado el 26 de noviembre de 2016 de <http://www.clusters.cat/espa%C3%B1ol/qu%C3%A9-es-un-cluster/>
- CEPAL. (2000). *Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina*. Santiago, Chile: CEPAL.
- CEPAL. (2010). *Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información*. Lima, Perú.: CEPAL.
- CEPAL. (2015). *La nueva era digital: de la internet del consumo a la internet de la producción*. México: Cepal.
- CEPAL, A. D. (2018). *CEPAL*. Recuperado el 14 de octubre de 2018 de https://conferenciaelac.cepal.org/6/sites/elac2020/files/cmsi.6_agenda_digital.pdf
- CEPAL-SEGIB. (2008). *Espacios Iberoamericanos: La economía del conocimiento*. Santiago de Chile: CEPAL.
- CES (Conference of European Statisticians) (2016). *Guide on Measuring Human Capital*. CES.
- CIMOLI, M. (2010). *Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información*. Lima: CEPAL.
- Cimoli, M. et al. (2016). *La nueva revolución digital, la revolución digital de la Internet del consumo a la Internet de la producción*. Santiago, Chile: CEPAL.
- CONEVAL. (2015). Recuperado el 12 de abril de 2019, de Evolución de las carencias Sociales en Michoacán 2010-2015: <https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Michoacan/Paginas/carencias-sociales20102015.aspx>
- De Bant, J. (2006). *Do informational service activities translate into new industrial policy requirements?*. Nortampton: International Handbook on Industrial Policy.
- Di Doménico, A. Y. (2003). Activos Intangibles en organizaciones de educación superior: medición e indicadores del capital intelectual. *III Coloquio sobre Gestión Universitaria en América del Sur*. Mar del Plata.
- DOF (2018). *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado el 20 de agosto de 2018 de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5468222

- DOF, D. O. (2006). Recuperado el 2 de mayo de 2017 de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_210115.pdf
- Dutrenit, G. (2013). *Ranking Nacional de Ciencia, tecnología e Innovación*. Mexico: FCCyT.
- E-Bay. (s.f.). Recuperado el 2016 de Julio de 17 de <https://www.ebayinc.com/our-company/who-we-are/>
- Fender, V. (2012). *Measuring the UK's Human Capital Stock*. Office for National Statistics UK. Recuperado el 21 de 08 de 2017 de Office for National Statistics: www.ons.gov.uk
- Fernández, F. M. (2016). *Comercio electrónico implicancias impositivas y aduaneras*. Recuperado el 12 de enero de 2016 de FACPCE: <http://www.facpce.org.ar/pdf/cecyt/tributaria-15.pdf>
- Finquelievich, S. (2004). Indicadores de desarrollo local en la Sociedad de la Información: en le eje del conocimiento. *Taller Iberoamericano e Interamericano de Indicadores de Ciencia y Tecnología*. Buenos Aires.
- Foray, P. A. (2002). Una introducción a la economía y a la sociedad del saber. *Revista internacional de ciencias sociales*, 171-180.
- FOROCONSULTIVO. (2012). Recuperado el 6 de Julio de 2015 de http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/diagnosticos2/michoacan.pdf
- Furió, E. (1994). *El desarrollo económico endógeno y local: reflexiones sobre un enfoque interpretativo*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Gallegos, R. e. (2014). *Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación*. México: IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C.).
- Gallicio, E. (2004). El desarrollo económico en Améroca Latina. Estrategia política basada en la construcción de capital social. Córdoba: CLAEH.
- García Zaballos, A. e. (2017). *Economía digital en América Latina y el Caribe: situación actual y recomendaciones*. Washington D.C., EE.UU.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y consideraciones básicas*. Buenos Aires: BID-INTAL.
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. Buenos Aires: BID-INTAL.
- Giménez, G. (Agosto de 2005). La dotación de capital humano de América Latina y el Caribe. *Revista de la CEPAL*(86), 103-123.
- González, C. &. (2008). Modelo de Emprendimiento en RED-MER. Aplicación de las teorías del. *Academia* 40,, 13-31.
- González, M. P. (2012). Análisis de variables e indicadores empleados para medir la sociedad de la información. *Revista chilena de ingeniería*, 20(3), 433-446.
- Harpana, I. A. (2014). Debate on the multilevel model of the human capital measurement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 170-177.
- Hernández, R. S. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Herrejon, C. P. (2000). *Los orígenes de Morelia*. Guadalajara: COLMICH.
- Hirschman, O. A. (1958). *Auge y Decadencia de la Economía del Desarrollo*. ILPES. (1998). *Manual de desarrollo local*. Santiago de Chile: ILPES.

- INE. (2011). *Vigencia del concepto capital humano: hacia una medición acorde con el advenimiento de la sociedad de la información*. Santiago, Chile: Instituto Nacional de Estadísticas.
- INEGI. (2010). Recuperado el 20 de mayo de 2015 de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_Michoacan.pdf
- INEGI. (2012). *Perspectiva Estadística, Michoacan de Ocampo, Diciembre 2012*. México: INEGI.
- INEGI. (2014). Recuperado el 20 de Julio de 2014, de <http://www.inegi.org.mx/>
- INEGI. (2014). Obtenido de PIB y Cuentas Nacionales , Producto Interno Bruto por Entidad Federativa: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/pibe/>
- INEGI. (2015). Recuperado el JULIO de 2015, de http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/web/pdf/perfiles/perfil%20michoacan.pdf
- INEGI. (2016). Recuperado el 21 de octubre de 2017 de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/minimonografias/mmich_ce2014.pdf
- INEGI. (2017). *INEGI*. Recuperado el 06 de noviembre de 2017, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/Preview.aspx>
- internetworldstats. (2015). *internetworldstats*. Recuperado el 15 de Octubre de 2016, de :www.internetworldstats.com
- Iván, D., & al., e. (2016). Capital humano, teorías y métodos: importancia de la variable salud . *Sociedad y Territorio*, 651-673.
- Keeley, B. (2007). *Capital humano: cómo influye en su vida lo que usted sabe*. México: OCDE.
- Kuznetsov, Y. y. (2008). *Mexico's Transition to a Knowledge-Based Economy*. Washington: The World Bank.
- Lea, M. (2014). Modelos de desarrollo regional: teorías y factores determinantes. *Nósis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 18-56.
- local, H. u. (2001). *Biblioteca Virtual*. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de www.bibliotecavirtual.info: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/06/hacia_un_desarrollo_integrador_y_equitativo.pdf
- López, F. M. (2015). *EUMED*. Recuperado el 7 de Julio de 2015, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/comercio-electronico.html>
- Madrigal, B. T. (2009). Capital humano e intelectual: su evaluación. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 2(3), 65-81.
- Martínez, S. P. (2008). *Panorama del desarrollo municipal en México*. Recuperado el 4 de enero de 2016 de <http://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v17n1/v17n1a5.pdf>
- Mattos, J. C. (2007). El desarrollo de las pymes mediante el uso de tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC): las opciones para América Latina y el Caribe. *Facilitación del transporte y el comercio en América Latina y el Caribe*, 2-4.
- Melián, A. N. (2010). Emprendedurismo y Economía Social como mecanismos de Inserción Sociolaboral en Tiempos de crisis. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos No. 100*, 43-67.

- Merino, C. y. (2004). *Informe ISCI – Informe Spring sobre capital intelectual en la Comunidad de Madrid*. Madrid, España: Fundación para el Conocimiento Madrid y Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC).
- MORELIA, A. (2015). *AYUNTAMIENTO DE MORELIA*. Recuperado el 3 de marzo de 2016 de <http://www.morelia.gob.mx/index.php/nuestro-municipio/historia/siglo-xix>
- Moreno López, G. A. *et al.* (2017). Sistema experto difuso para la medición del capital humano en instituciones de educación superior en Colombia . *Espacios*, 7-35.
- Moreno, D. A. (1994). *u Universidad de Chapingo*. Recuperado el 15 de julio de 2016 de <http://chapingo.net/articulo19/lasregionesagricolasdemichoacan.pdf>
- Naranjo Herrera, C. G. (2013). Medición del capital humano de la empresa: el caso Efigas. *Equidad & Desarrollo*, 167-186.
- Naranjo Herrera, C. G., *et al.* (2013). Indicadores de capital intelectual. *Memorias*, 39-51.
- Naumann, F. (2005). *México ante el reto de la economía del conocimiento*. México: Fundación Este País.
- Navarro, J. C., & Torres, A. I. (Diciembre de 2011). La crisis económica internacional y sus efectos en México y Michoacán. (UMSNH, Ed.) *Inceptum*, VI(11), 315-330.
- Nicoleta, K. (2006). *El comercio electrónico en España*. Budapest.
- Ocampo, J. A. (2005). *Más allá del Consenso de Washington: una agenda de desarrollo para América Latina*. Mexico: CEPAL.
- OCDE. (1996). *The knowledge-based economy*. Paris: OCDE.
- OCDE. (2001). *Competencies for ednowledge economy*. OCDE.
- OCDE. (2001). *El bienestar de las naciones. Papel del capital humano y social*. Paris, Francia: OCDE publicaciones.
- OCDE. (2012). *La estrategia de innovación de la OCDE: empezar hoy el mañana*. OCDE-FOROCONSULTIVO.
- OCDE. (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015*. Recuperado el 13 de mayo de 2016 de OCDE: <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264232440-sum-es/index.html?itemId=/content/summary/b62f233d-es&mimeType=text/html>
- OCDE. (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015*. México: OCDE.
- ONU. (2010). *Informe sobre la economía de la información 2010*. Nueva York: ONU.
- PLANMUDE. (2012). *Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015*. Morelia.
- Pérez, C. (2010). Dinamismo tecnológico e inclusión social en América Latina: una estrategia de desarrollo productivo basada en los recursos naturales. *CEPAL 100*, 123-146.
- PNUD. (2001). *Informe sobre el Desarrollo Humano 2001: Poner el desarrollo tecnológico al servicio del desarrollo humano*. México: Mundi-Prensa.
- Powell, W. W. (2004). The Edknowledge Economy. *Annual Reviews Stanford*, 199-220.
- PROFECO. (2016). *Procuraduría Federal del Consumidor*. Recuperado el 14 de octubre de 2017 de http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp

- PROMEXICO. (2013). *PROMEXICO*. Recuperado el 6 de julio de 2015 de <http://www.promexico.gob.mx/comercio/estadisticas-de-comercio-electronico-en-mexico-un-panorama-general.html>
- PROMEXICO. (2016). Recuperado el 22 de noviembre de 2016 de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Putman, R. (1994). *Para hacer que la democracia funcione*. Caracas: Galac.
- RAE. (2016). *Real Academia de la Lengua Española*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2016, de <http://www.rae.es/>
- Rosales, O. (1985). Balance y renovación del paradigma estructuralista del desarrollo latinoamericano. *CEPAL*, 19-36.
- Schneider, G. (2004). *Comercio electrónico: Comercio tradicional*. México: THOMPSON.
- Schultz, T. W. (1960). *Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities*. Chicago: National Bureau of Economic Research.
- Schultz, T. (1961). Investment in Human Capital. *American Economic Review*, 51, 1-17.
- SECRETARIA DE ECONOMIA. (2018). *Informe de actividades 2017-2018, Delegación Michoacán*. Recuperado el 20 de abril de 2019, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/374626/16_Michoacan_InformeActividades_2017-2018_270718.pdf
- SELA. (2012). Desarrollo productivo e industrialización en América Latina y El Caribe. *Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe*, SP/CL/XXXVIII. O/Di No 35-12.
- Sen, A. (1998). Capital humano y capacidad humana. *Cuadernos de economía*, XVII(29), 67-72.
- Sen, A. (2002). Globalization, Inequality and Global Protest. *Upfront*, 11-16.
- Seoane, E. (2005). *La nueva era del comercio electrónico: Historia del comercio electrónico*. España: Vigo.
- Serrano, L. (2000). *Capital humano y actividad económica*. Valencia: Bancaixa.
- Shane, S. y. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 217-226.
- Sharpe, A. (2001). *The Development of Indicators for Human Capital Sustainability*. Montreal, Canada: McGill University.
- Silva, I. L. (2012). *Metodología para la elaboración de estrategias de Desarrollo Local*. Santiago: CEPAL.
- SIEM. (2015). *Sistema Empresarial Mexicano*. Recuperado el 15 de mayo de 2015 de www.siem.gob.mx/siem/intranet.asp
- SNIM. (2015). *SNIM*. Recuperado el 22 de enero de 2016 de <http://www.morelia.gob.mx/index.php/nuestro-municipio/historia/siglo-xix>
- SOCIALyTECH. (2015). *SOCIALyTECH*. Recuperado el 7 de Julio de 2015, de <http://socialytech.es/areas-de-trabajo/empresa-y-tecnologia/>
- Spencer, A. K. (2008). Entrepreneurship, Innovation, and Wealth Distribution. *International Small Business Journal*, 9-26.
- Steinmueller, E. (2002). Las economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la. *Revista internacional de ciencias sociales*, 193-209.
- Sumner, L. W. (1995). The subjectivity of Welfare. *Ethics*, 764-790.

- Sunkel, G. e. (2014). *La integración de las tecnologías digitales en las escuelas de América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile: CEPAL.
- Sunkel, O. (1970). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Sunkel, O. (1995). *Del desarrollo hacia adentro al desarrollo hacia adentro*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sztulwak, S. (2011). *Políticas e instituciones de apoyo a las pymes en la Argentina*. Santiago, Chile: CEPAL.
- Tavera, X. A. (1995). *Morelia: la ciudad de tres nombres*. Morelia: UMSNH.
- Torres, B. (2009). Capital humano e intelectual: su evaluación. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 2(3), 65-81.
- Torres, B. E. (Junio de 2009). Capital humano e intelectual: su evaluación. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 2(3), 65-81.
- Trinh Le, J. G. (2005). *Measures of Human Capital: A Review of the Literature*. New Zealand Treasury.
- UNESCO. (2005). *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*. Túnez: UNESCO.
- Vázquez-Barquero, A. (2009). *Desarrollo Local; una estrategia para tiempos de crisis*. Recuperado el 3 de septiembre de 2015 de http://hdrnet.org/444/1/barquero_UF2.pdf
- Vallejo, P. M. (2012). *Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?* Madrid: Universida Pontificia Comillas.
- Vargas, B. (2007). Políticas de fomento a la competitividad de la pequeña empresa. *Cuadernos de difusión*, 35-63.
- Vazquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, num. 11, 183-210.
- Villatoro, P. e. (2005). *Estrategias, programas y experiencias de superación de la brecha digital y universalización del acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC)*. . Santiago de Chile, Chile: CEPAL.
- WEF . (2015). *The Human Capital Report 2015*. World Economic Forum.
- WEZIAK, D. (2007). Measurement of national intellectual capital: application to EU countries. *IRISS Working Paper Series*, 13.
- World Bank Institute. (2007). *K4D Knowledge for development*. Recuperado el 22 de febrero de 2015 de www.worldbank.org/wbi/k4d
- Yaima, P. S. (2008). *eumed*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/delos/02/spbl.htm>
- Zevallos, E. V. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *REVISTA DE LA CEPAL*, 54-70.

Apéndice .1 Matriz de congruencia

En seguida se presenta la matriz de congruencia que fue elaborada para la presente investigación, con la finalidad de organizar la estructura de la investigación y comprobar la coherencia que existe entre las preguntas, los objetivos y las hipótesis de la investigación.

Tabla 28 Matriz de Congruencia

Título:		
EL CH EN LAS MICRO, MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE REALIZAN COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA CIUDAD DE MORELIA MICHOACÁN: UNA PERSPECTIVA DESDE EL DESARROLLO LOCAL		
PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿De qué manera se relaciona el comercio electrónico en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán el CH?	Analizar la relación entre el comercio electrónico en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán y el CH.	Hay relación entre el CH y el comercio electrónico que hacen los empresarios de las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.
PREGUNTAS ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS
1) ¿Qué relación existe entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán?	1. Determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.	H ₁ . Hay relación entre el comercio electrónico y el CH adquirido de manera formal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.
2) ¿Cómo se aprovecha en el comercio electrónico el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán?	2. Indicar en qué medida se aprovecha en el comercio electrónico el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.	H ₂ . El comercio electrónico aprovecha el CH adquirido de manera informal en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.
3) ¿Cómo se utiliza en el comercio electrónico el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán?	3. Analizar de que manera se utiliza en el comercio electrónico el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.	H ₃ . El comercio electrónico utiliza el CH adquirido por medio de la experiencia en las MIPYMES de la ciudad de Morelia, Michoacán.
4) ¿Cómo se protege el CH innato, en las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán.	4. Investigar como se protege el CH innato, en las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán.	H ₄ . Las MIPYMES que realizan comercio electrónico en la ciudad de Morelia, Michoacán protegen el CH innato.

Fuente: Elaboración propia, (2015)

Apéndice 2. Cuestionario para recopilación de la información

Su información será confidencial y no se comprometen sus datos personales o de su empresa. Sus respuestas se analizarán estadísticamente, junto con todas las demás, pero nunca se darán a conocer de manera individual. Todas las preguntas tienen cinco opciones, elija una opción solamente. Marque con una **X** la más adecuada.

SECTOR DE LA EMPRESA:				
<input type="radio"/> Sector Primario (Agricultura)	<input type="radio"/> Sector Industrial	<input type="radio"/> Sector Comercio y Servicios		
TAMAÑO DE LA EMPRESA				
<input type="radio"/> Menos 10 empleados	<input type="radio"/> Entre 11 y 50 empleados	<input type="radio"/> Entre 51 y 250 empleados		
		(5) Completamente	(4) Bastante	(3) Regular
		(2) Poco	(1) Nada	
SECCIÓN COMERCIO ELECTRÓNICO				
1.- ¿Considera adecuada la infraestructura de equipo de cómputo y redes en su empresa?				
2.- ¿Son apropiados los servicios de Internet de su empresa?				
3.- ¿Su empresa cuenta con empleados con suficiente formación en tecnologías de la información y comunicación (TIC's)?				
4.- ¿El personal de su empresa está capacitado hacer comercio electrónico (manejo de sitios de internet, equipos de cómputo, inventarios en línea, etc.)?				
5.- ¿Su empresa cuenta con TIC's administrativas de nómina, contabilidad, clientes, proveedores, etc.?				
6.- ¿Su empresa utiliza TIC's para manejo producción, oferta de productos y servicios o realizar investigación y desarrollo?				
7.- ¿Su empresa utiliza TIC's para manejo de mercados (publicidad, catálogos en internet, promociones, diseño, etc.)?				
8.- ¿Su empresa considera necesario el internet para manejar el correo y comunicación de la empresa?				
9.- ¿Su empresa realiza ventas y compras en internet?				
10.- ¿Considera que su empresa es eficiente en la administración de seguridad informática?				
SECCIÓN CH				
11.- ¿Considera que la calidad de la educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena?				
12.- ¿Los empleados en su empresa son capaces de realizar su propio autoaprendizaje?				
13.- ¿Reciben los trabajadores de su empresa capacitación y/o educación continua?				
14.- ¿En su empresa hay una cultura de equidad de género?				
15.- ¿Se promueve en su empresa la creatividad para generar nuevas ideas?				
16.- ¿Cómo es la satisfacción laboral de sus empleados?				
17.- ¿Qué tan importante es en su empresa la educación familiar que han recibido los empleados?				
18.- ¿En su opinión sus empleados tienen la habilidad para realizar el trabajo que deben realizar?				
19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?				
20.- ¿Existe motivación para desarrollar carrera profesional en la empresa?				
21.- ¿Es alta la permanencia de los empleados en su empresa?				
22.- ¿Los empleados en su empresa tienen acceso a servicio de salud?				
23.- ¿Cómo considera los hábitos de salud, alimentación y deporte de sus empleados?				
24.- ¿Son de calidad los servicios de salud a los que sus empleados tienen acceso?				
25.- ¿Cómo considera la seguridad para los empleados en el lugar de trabajo?				
26.- Considera que los empleados tienen aire, agua, fluz y medio ambiente sanos?				
27.- ¿Cuál es en promedio el nivel de estudios del personal que realiza el comercio electrónico de su empresa?				
() Primaria () Secundaria () Preparatoria () Licenciatura () Postgrado				
28.- ¿Cuántos años de experiencia tienen los empleados que realizan comercio electrónico?				
() 1 año () 2 años () 3 años () 4 años () Más de 4 años				

Apéndice 3. Tabla de códigos

LIBRO DE CÓDIGOS							
Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Amplitud del índice	Variación de la escala	Nº	
Comercio Electrónico	Infraestructura	Equipos de cómputo y redes	¿Considera adecuada la infraestructura de equipo de cómputo y redes en su empresa?	Totalmente	5	1	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
		Internet	¿Son apropiados los servicios de Internet de su empresa?	Totalmente	5	2	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
	Formación	Formación TIC's	¿Su empresa cuenta con empleados con suficiente formación en tecnologías de la Información y comunicación (TIC's), (computadoras, internet, programas de cómputo, celulares, etc)?	Totalmente	5	3	
Bastante				4			
Regular				3			
Poco				2			
Nada				1			
		Capacitación Comercio Electrónico	¿El personal de su empresa está capacitado para hacer comercio electrónico (manejo de sitios de Internet, equipos de cómputo, inventarios en línea, etc.)?	Totalmente	5	4	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
	Organización	TIC's administrativas	¿Su empresa cuenta con TIC's administrativas de nómina, contabilidad, clientes, proveedores, etc.?	Totalmente	5	5	
					Bastante		4
					Regular		3
					Poco		2
					Nada		1
	Uso	TIC's producción e I+D	¿Su empresa utiliza TIC's (computadoras, internet, programas de cómputo, celulares, etc) para manejo producción, oferta de productos y servicios o realizar investigación y desarrollo?	Totalmente	5	6	
					Bastante		4
					Regular		3
					Poco		2
					Nada		1
		Comunicación	¿Su empresa considera necesario el internet para manejar el correo y comunicación de la empresa?	Totalmente	5	7	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
		TIC's Mercado	¿Su empresa utiliza TIC's para manejo de mercados (publicidad, catálogos en internet, promociones, diseño, etc.)?	Totalmente	5	8	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
		Comercio	¿Su empresa realiza ventas y compras en internet?	Totalmente	5	9	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		
		Seguridad de la información	¿Considera que su empresa es eficiente en la administración de seguridad informática?	Totalmente	5	10	
				Bastante	4		
				Regular	3		
				Poco	2		
				Nada	1		

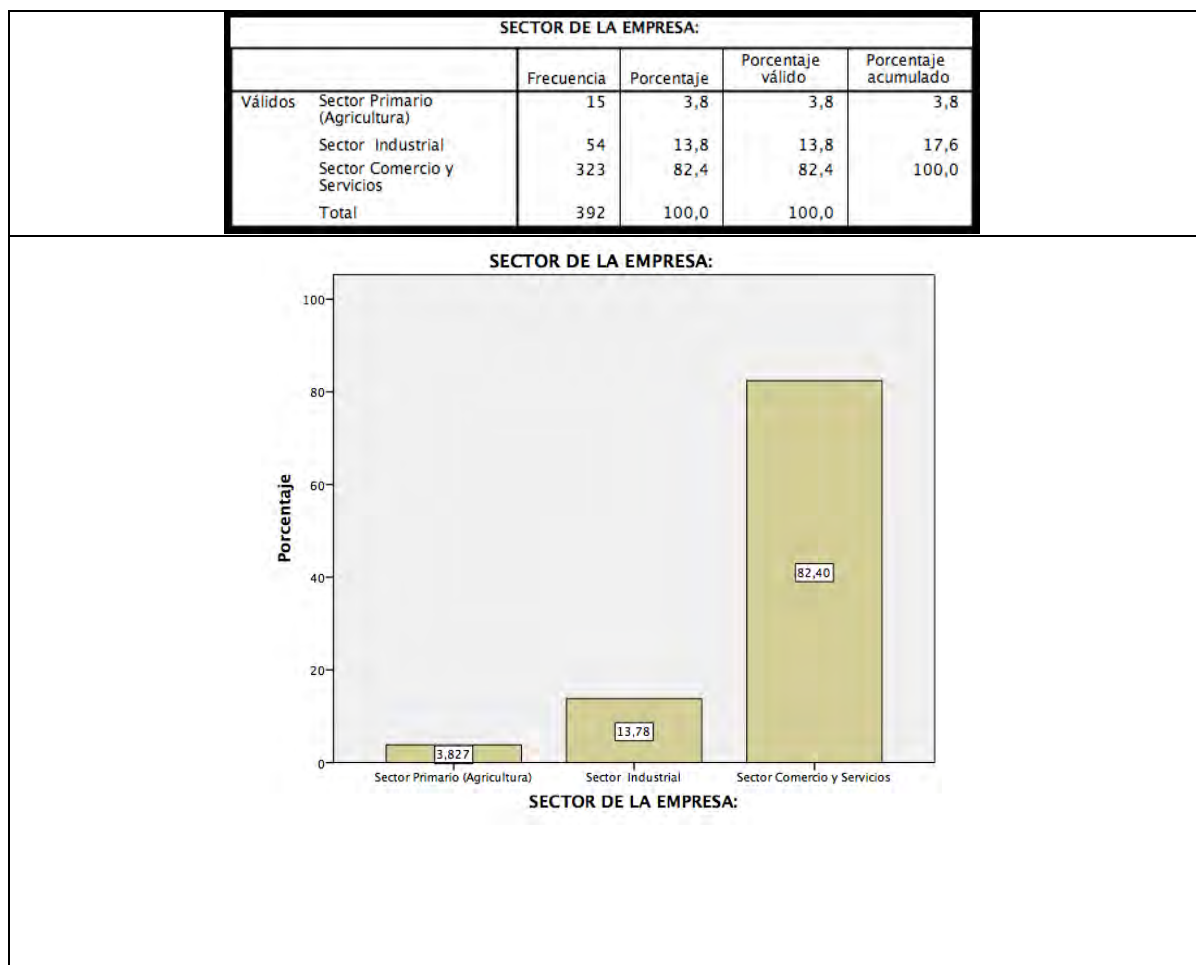
Capital Humano	Formal	Años medios de estudio	27.- ¿Cuál es en promedio el nivel de estudios del personal que realiza el comercio electrónico de su empresa?	Posgrado	5	27
				Licenciatura	4	
				Preparatoria	3	
				Secundaria	2	
				Primaria	1	
		Calidad de la educación	11.- ¿Considera que la calidad de educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena?	Totalmente	5	11
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
	Informal	Autoaprendizaje y educación informal	12.- ¿Los empleados en su empresa son capaces de realizar su propio autoaprendizaje?	Totalmente	5	12
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Capacitación y/o educación continua en el trabajo.	13.- ¿Reciben los trabajadores de su empresa capacitación y/o educación continua?	Totalmente	5	13
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Equidad de género	14.- ¿En su empresa hay una cultura de equidad de género?	Totalmente	5	14
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Creatividad para generar nuevas ideas	15.- ¿Se promueve en su empresa la creatividad para generar nuevas ideas?	Totalmente	5	15
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Satisfacción laboral	16.- ¿Cómo es la satisfacción laboral de sus empleados?	Totalmente	5	16
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Educación Familiar	17.- ¿Qué tan importante es en su empresa la educación familiar que han recibido los empleados?	Totalmente	5	17
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
	Experiencia	Experiencia laboral	28.- ¿Cuántos años de experiencia tienen los empleados que realizan comercio electrónico?	Mayor de 4 años	4	28
				4 años	3	
				3 años	2	
				2 años	1	
				1 año	1	
		Habilidad para realizar el trabajo	18.- ¿En su opinión sus empleados tienen la habilidad para realizar el trabajo que deban realizar?	Totalmente	5	18
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	

		Nivel de ingreso	19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?	Totalmente	5	19
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Motivación para desarrollar carrera profesional en la empresa	20.- ¿Existe motivación para desarrollar la carrera profesional de sus empleados en la empresa?	Totalmente	5	20
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Permanencia	21.- ¿Es alta la permanencia de los empleados en su empresa?	Totalmente	5	21
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
	Innato	Acceso a servicio de salud	22.- ¿Los empleados en su empresa tienen acceso a servicio de salud?	Totalmente	5	22
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Hábitos de salud, alimentación y deporte	23.- ¿Cómo considera los hábitos de salud, alimentación y deporte de sus empleados?	Totalmente	5	23
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Calidad de servicios de salud	24.- ¿Son de calidad los servicios de salud a los que sus empleados tienen acceso?	Totalmente	5	24
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Seguridad en lugar de trabajo	25.- ¿Cómo considera la seguridad para los empleados en el lugar de trabajo?	Totalmente	5	25
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	
		Aire, agua, luz y medio ambiente sano	26.- ¿Considera que los empleados tienen aire, agua, luz y medio ambiente sanos?	Totalmente	5	26
				Bastante	4	
				Regular	3	
				Poco	2	
				Nada	1	

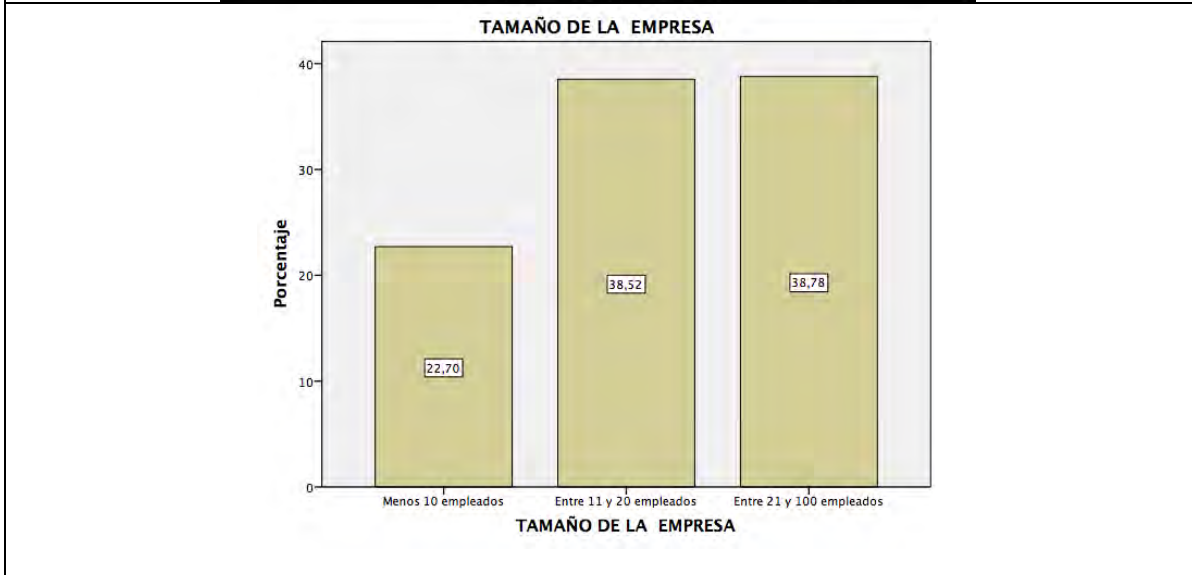
Apéndice 4. Tabla de ponderaciones

Num	SECTOR EMP.	TAMAÑO EMP	COMERCIO ELECTRÓNICO										CAPITAL HUMANO																									
			TOTAL_CE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL_CH	CH_FORMAL	11	CH_INFORMAL	12	13	14	15	16	17	CH_EXPERIENCIA	18	19	20	21	CH_INNATO	22	23	24	25	26	27	28		
1	3	3	21	3	2	2	2	1	1	2	4	3	1	5	5	3	6	4	8	4	2	1	1	2	5	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3
2	2	2	26	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	6	6	4	8	4	3	4	2	1	1	3	5	5	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	5
3	3	2	37	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	6	6	4	9	4	4	4	3	4	4	4	6	5	3	4	4	6	5	4	4	4	4	4	5	
4	3	2	37	3	4	3	4	4	4	4	5	4	2	4	5	3	3	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	4	4	2	3	3	3	3	4	1	
5	3	2	42	5	5	4	2	3	3	5	5	5	7	6	5	9	3	5	5	3	4	4	4	4	6	4	5	5	5	6	5	3	5	5	4	4	5	
6	3	2	28	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	5	5	2	6	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	5	5	3	3	4	4	4	3		
7	3	2	36	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	6	6	4	9	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	6	5	5	5	5	4	4	2	

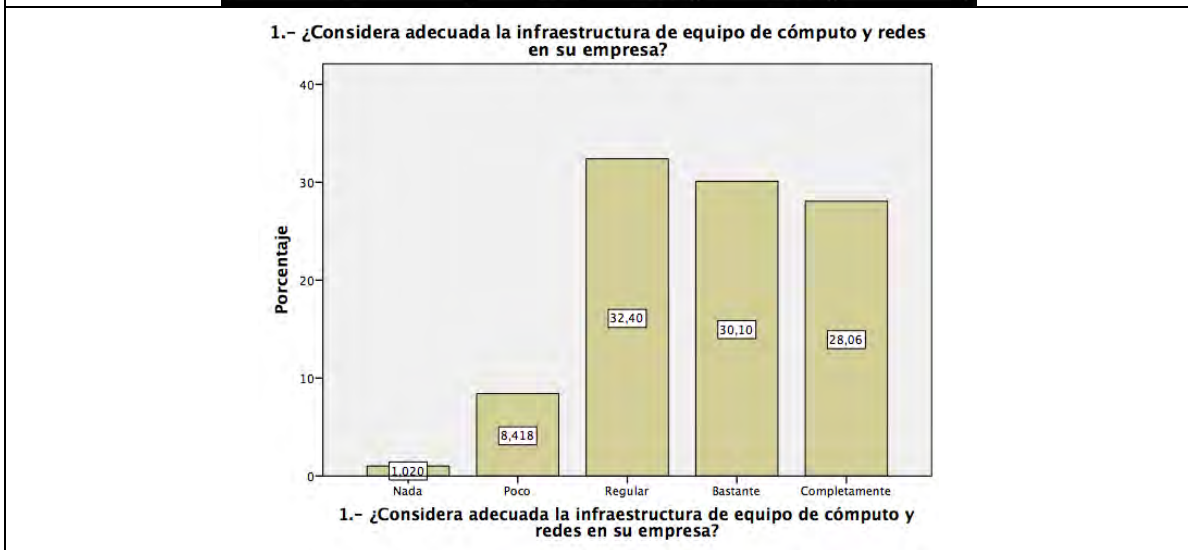
Apéndice 5. Tablas y Gráficas de Frecuencias por pregunta



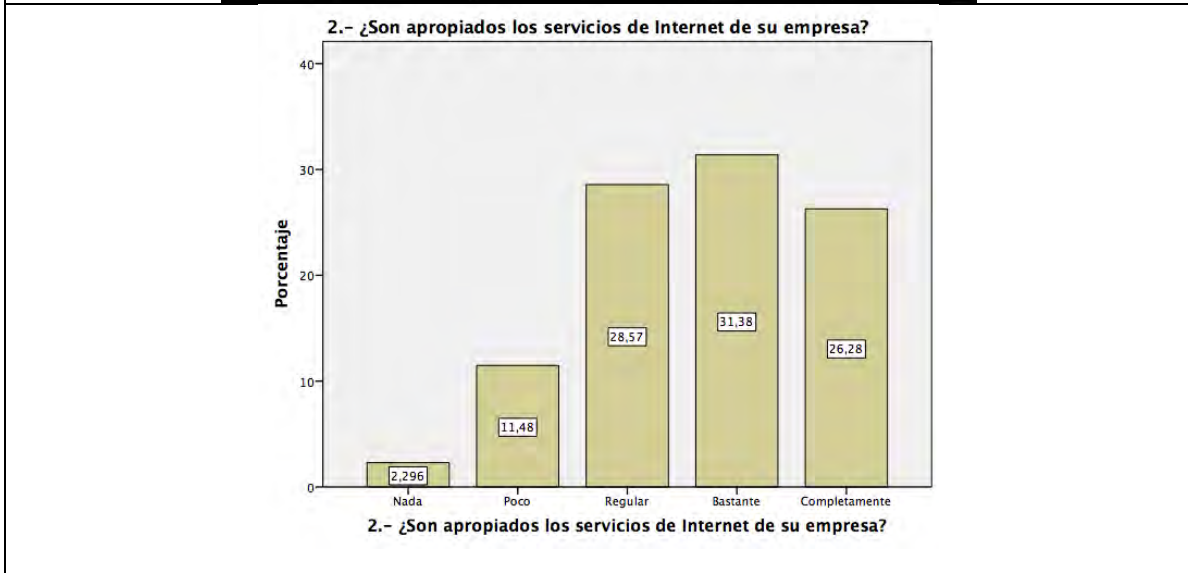
TAMAÑO DE LA EMPRESA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos 10 empleados	89	22,7	22,7	22,7
	Entre 11 y 20 empleados	151	38,5	38,5	61,2
	Entre 21 y 100 empleados	152	38,8	38,8	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



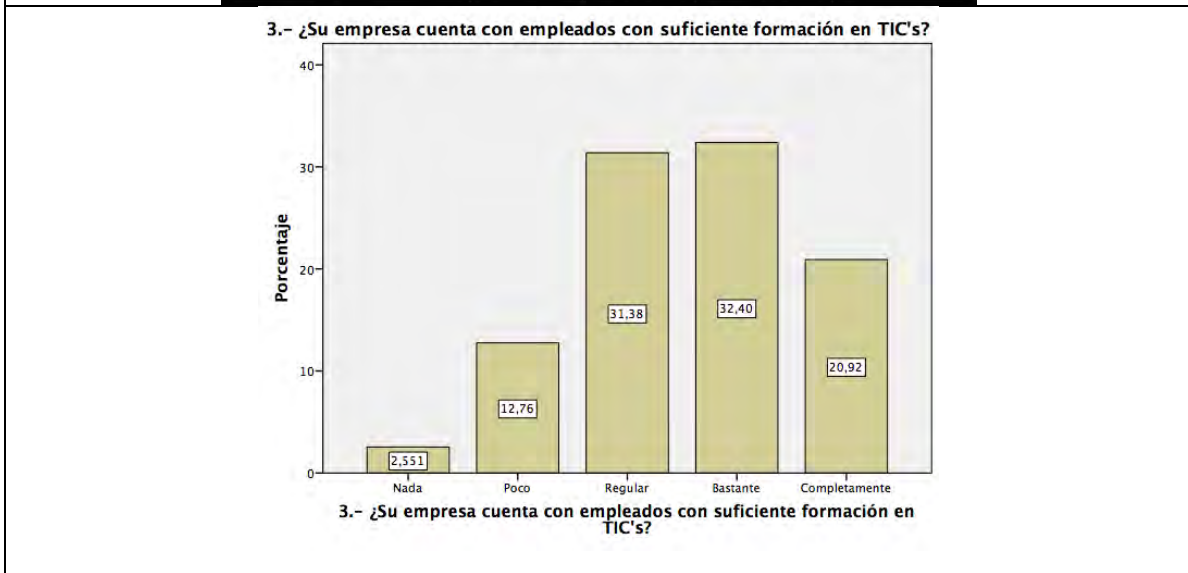
1.- ¿Considera adecuada la infraestructura de equipo de cómputo y redes en su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	4	1,0	1,0	1,0
	Poco	33	8,4	8,4	9,4
	Regular	127	32,4	32,4	41,8
	Bastante	118	30,1	30,1	71,9
	Completamente	110	28,1	28,1	100,0
Total		392	100,0	100,0	



2.- ¿Son apropiados los servicios de Internet de su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	9	2,3	2,3	2,3
	Poco	45	11,5	11,5	13,8
	Regular	112	28,6	28,6	42,3
	Bastante	123	31,4	31,4	73,7
	Completamente	103	26,3	26,3	100,0
Total		392	100,0	100,0	



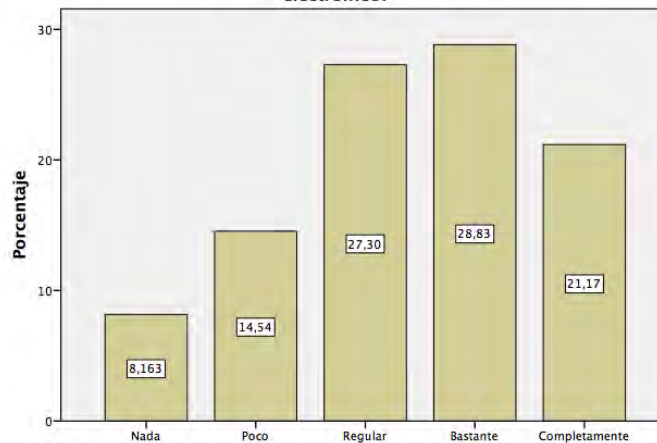
3.- ¿Su empresa cuenta con empleados con suficiente formación en TIC's?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	10	2,6	2,6	2,6
	Poco	50	12,8	12,8	15,3
	Regular	123	31,4	31,4	46,7
	Bastante	127	32,4	32,4	79,1
	Completamente	82	20,9	20,9	100,0
Total		392	100,0	100,0	



4.- ¿El personal de su empresa está capacitado para hacer comercio electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	32	8,2	8,2	8,2
	Poco	57	14,5	14,5	22,7
	Regular	107	27,3	27,3	50,0
	Bastante	113	28,8	28,8	78,8
	Completamente	83	21,2	21,2	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

4.- ¿El personal de su empresa está capacitado para hacer comercio electrónico?

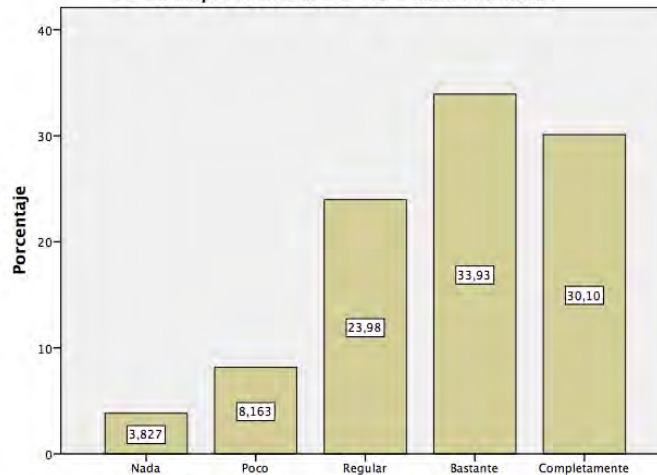


4.- ¿El personal de su empresa está capacitado para hacer comercio electrónico?

5.- Su empresa cuenta con TIC's administrativas?

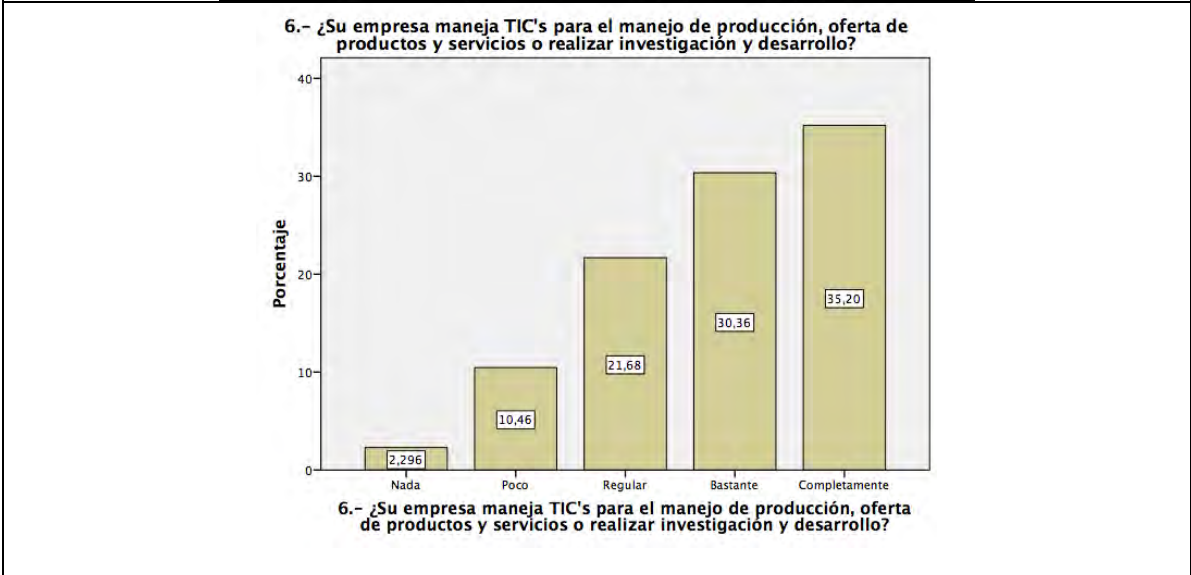
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	15	3,8	3,8	3,8
	Poco	32	8,2	8,2	12,0
	Regular	94	24,0	24,0	36,0
	Bastante	133	33,9	33,9	69,9
	Completamente	118	30,1	30,1	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

5.- Su empresa cuenta con TIC's administrativas?

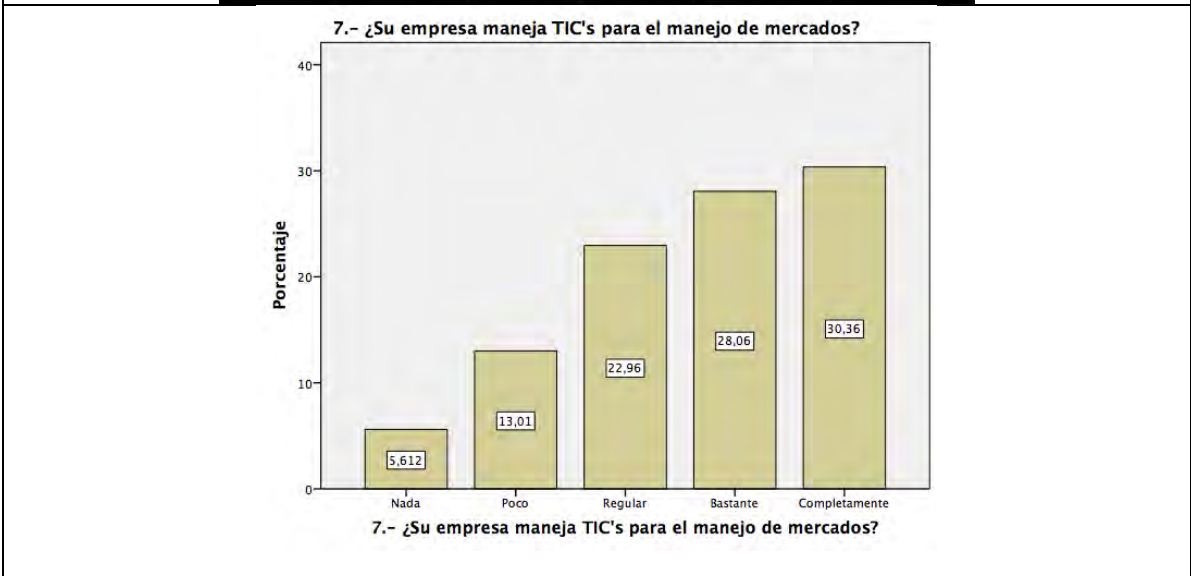


5.- Su empresa cuenta con TIC's administrativas?

6.- ¿Su empresa maneja TIC's para el manejo de producción, oferta de productos y servicios o realizar investigación y desarrollo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	9	2,3	2,3	2,3
	Poco	41	10,5	10,5	12,8
	Regular	85	21,7	21,7	34,4
	Bastante	119	30,4	30,4	64,8
	Completamente	138	35,2	35,2	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

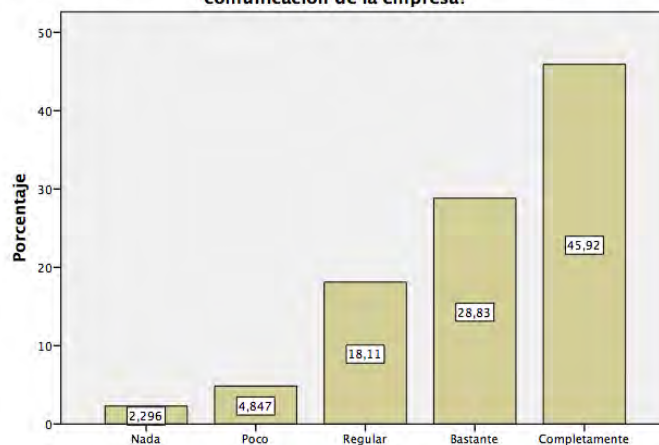


7.- ¿Su empresa maneja TIC's para el manejo de mercados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	22	5,6	5,6	5,6
	Poco	51	13,0	13,0	18,6
	Regular	90	23,0	23,0	41,6
	Bastante	110	28,1	28,1	69,6
	Completamente	119	30,4	30,4	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



8.- ¿Su empresa considera necesario el internet para manejar el correo y la comunicación de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	9	2,3	2,3	2,3
	Poco	19	4,8	4,8	7,1
	Regular	71	18,1	18,1	25,3
	Bastante	113	28,8	28,8	54,1
	Completamente	180	45,9	45,9	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

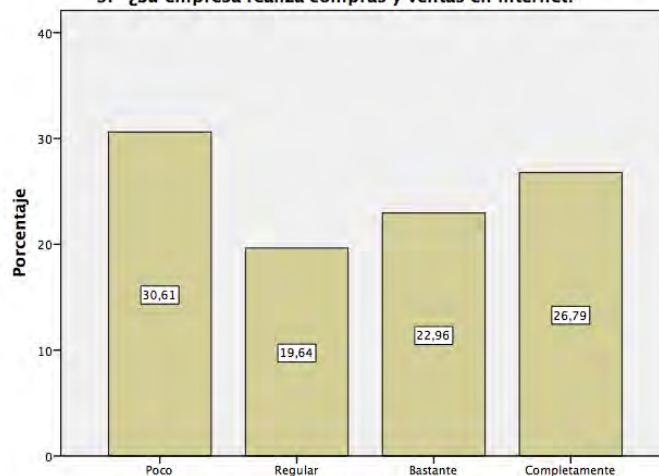
8.- ¿Su empresa considera necesario el internet para manejar el correo y la comunicación de la empresa?



8.- ¿Su empresa considera necesario el internet para manejar el correo y la comunicación de la empresa?

9.- ¿Su empresa realiza compras y ventas en internet?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	120	30,6	30,6	30,6
	Regular	77	19,6	19,6	50,3
	Bastante	90	23,0	23,0	73,2
	Completamente	105	26,8	26,8	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

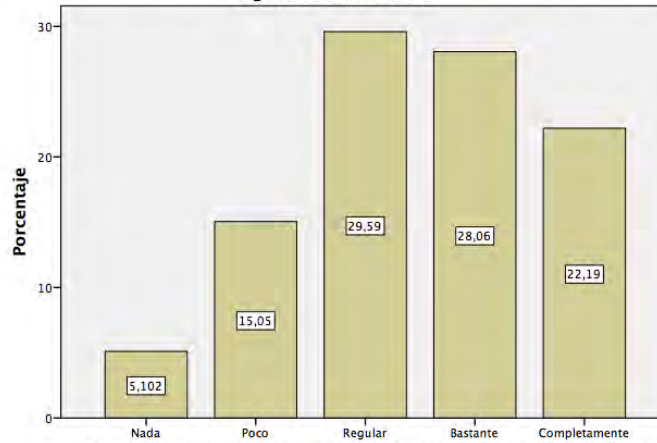
9.- ¿Su empresa realiza compras y ventas en internet?



9.- ¿Su empresa realiza compras y ventas en internet?

10.- ¿Considera que su empresa es eficiente en la administración de seguridad informática?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	20	5,1	5,1	5,1
	Poco	59	15,1	15,1	20,2
	Regular	116	29,6	29,6	49,7
	Bastante	110	28,1	28,1	77,8
	Completamente	87	22,2	22,2	100,0
Total		392	100,0	100,0	

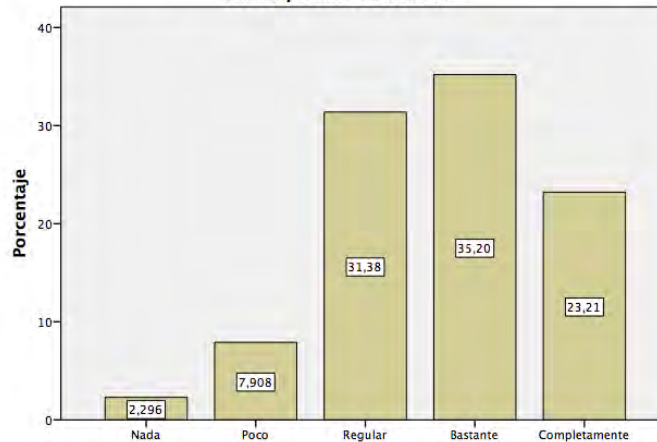
10.- ¿Considera que su empresa es eficiente en la administración de seguridad informática?



10.- ¿Considera que su empresa es eficiente en la administración de seguridad informática?

11.- ¿Considera que la calidad de educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	9	2,3	2,3	2,3
	Poco	31	7,9	7,9	10,2
	Regular	123	31,4	31,4	41,6
	Bastante	138	35,2	35,2	76,8
	Completamente	91	23,2	23,2	100,0
Total		392	100,0	100,0	

11.- ¿Considera que la calidad de educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena?

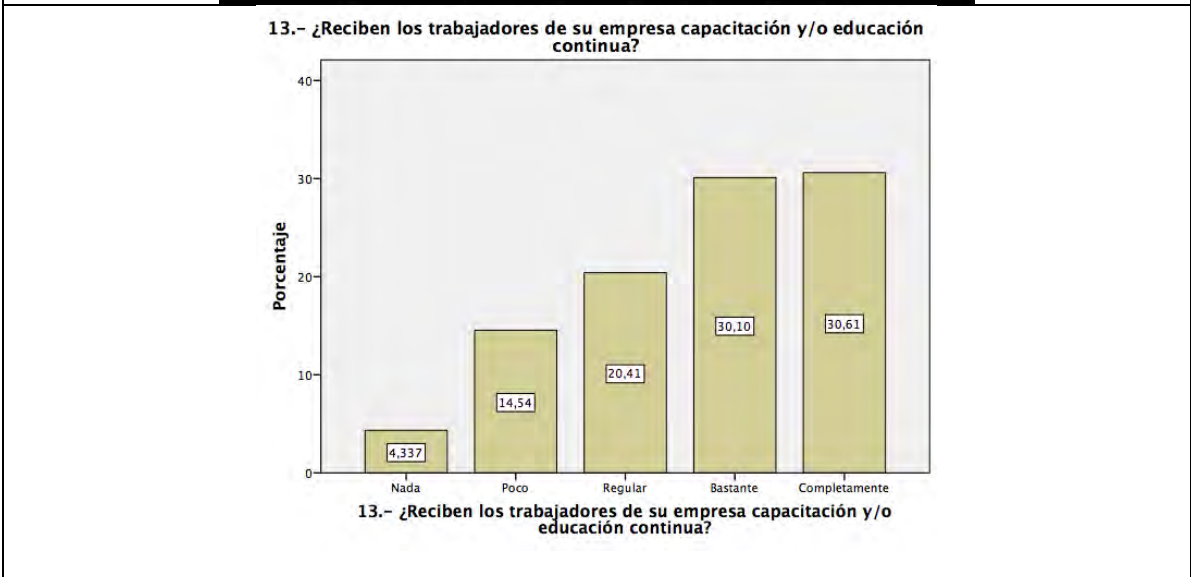


11.- ¿Considera que la calidad de educación que recibieron en la escuela sus empleados es buena?

12.- ¿Los empleados en su empresa son capaces de realizar su propio autoaprendizaje?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	4	1,0	1,0	1,0
	Poco	32	8,2	8,2	9,2
	Regular	115	29,3	29,3	38,5
	Bastante	137	34,9	34,9	73,5
	Completamente	104	26,5	26,5	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



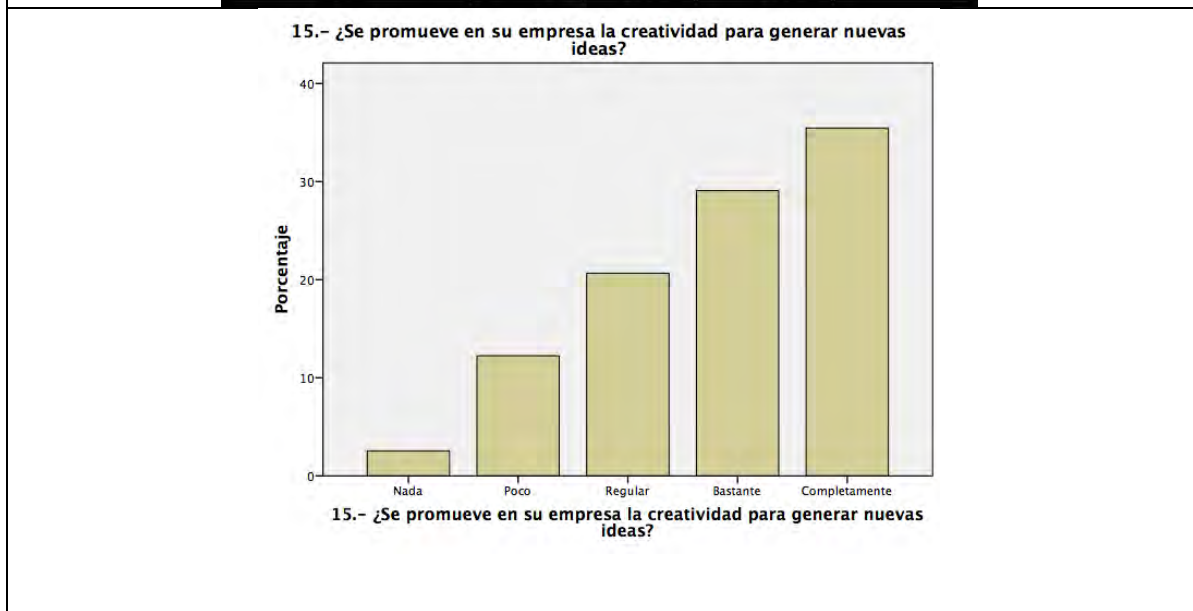
13.- ¿Reciben los trabajadores de su empresa capacitación y/o educación continua?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	17	4,3	4,3	4,3
	Poco	57	14,5	14,5	18,9
	Regular	80	20,4	20,4	39,3
	Bastante	118	30,1	30,1	69,4
	Completamente	120	30,6	30,6	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



14.- ¿En su empresa hay una cultura de equidad de género?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	14	3,6	3,6	3,6
	Poco	35	8,9	8,9	12,5
	Regular	69	17,6	17,6	30,1
	Bastante	114	29,1	29,1	59,2
	Completamente	160	40,8	40,8	100,0
Total		392	100,0	100,0	



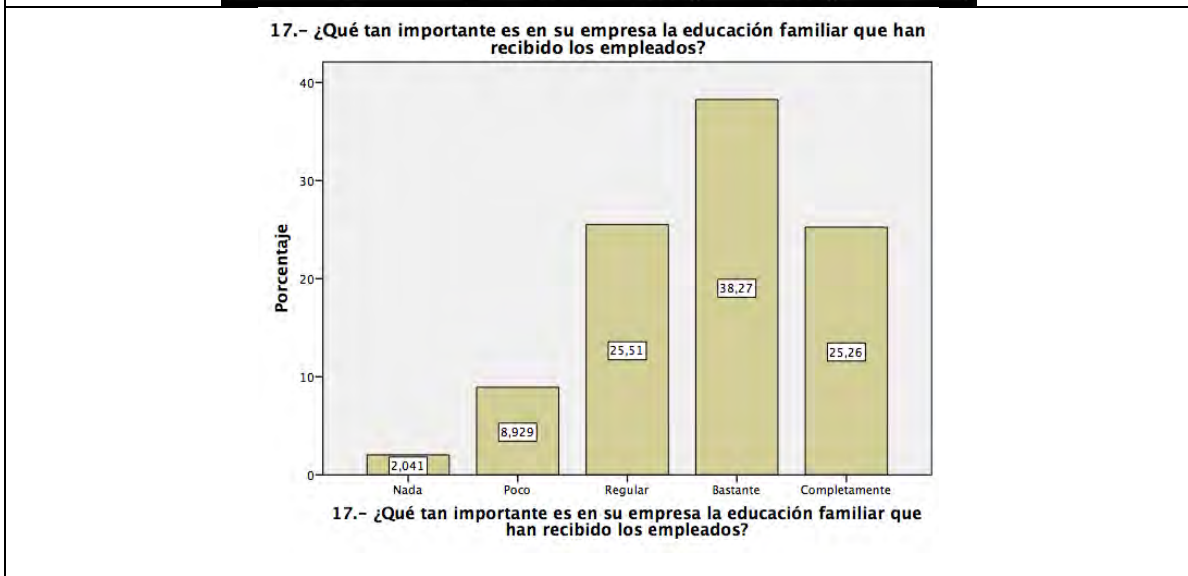
15.- ¿Se promueve en su empresa la creatividad para generar nuevas ideas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	10	2,6	2,6	2,6
	Poco	48	12,2	12,2	14,8
	Regular	81	20,7	20,7	35,5
	Bastante	114	29,1	29,1	64,5
	Completamente	139	35,5	35,5	100,0
Total		392	100,0	100,0	



16.- ¿Cómo es la satisfacción laboral de sus empleados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	4	1,0	1,0	1,0
	Poco	32	8,2	8,2	9,2
	Regular	109	27,8	27,8	37,0
	Bastante	152	38,8	38,8	75,8
	Completamente	95	24,2	24,2	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

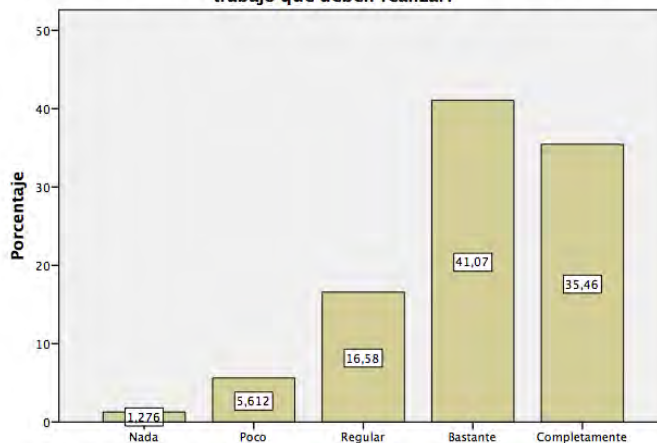


17.- ¿Qué tan importante es en su empresa la educación familiar que han recibido los empleados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	8	2,0	2,0	2,0
	Poco	35	8,9	8,9	11,0
	Regular	100	25,5	25,5	36,5
	Bastante	150	38,3	38,3	74,7
	Completamente	99	25,3	25,3	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



18.- ¿En su opinión sus empleados tienen la habilidad para realizar el trabajo que deben realizar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	5	1,3	1,3	1,3
	Poco	22	5,6	5,6	6,9
	Regular	65	16,6	16,6	23,5
	Bastante	161	41,1	41,1	64,5
	Completamente	139	35,5	35,5	100,0
Total		392	100,0	100,0	

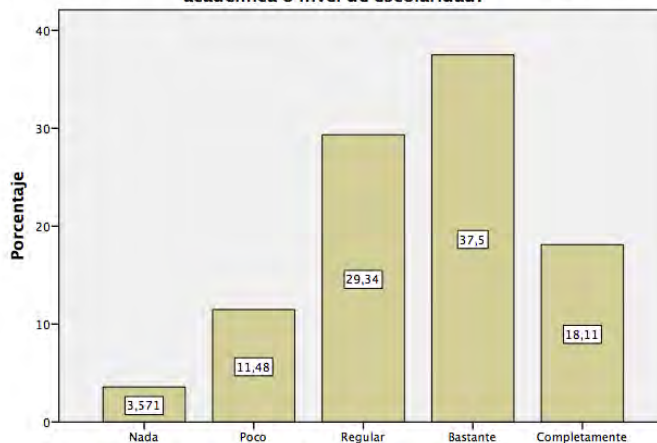
18.- ¿En su opinión sus empleados tienen la habilidad para realizar el trabajo que deben realizar?



18.- ¿En su opinión sus empleados tienen la habilidad para realizar el trabajo que deben realizar?

19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	14	3,6	3,6	3,6
	Poco	45	11,5	11,5	15,1
	Regular	115	29,3	29,3	44,4
	Bastante	147	37,5	37,5	81,9
	Completamente	71	18,1	18,1	100,0
Total		392	100,0	100,0	

19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?



19.- ¿El nivel de ingreso de sus empleados corresponde con su formación académica o nivel de escolaridad?

20.- ¿Existe motivación para desarrollar la carrera profesional de sus empleados en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	18	4,6	4,6	4,6
	Poco	51	13,0	13,0	17,6
	Regular	101	25,8	25,8	43,4
	Bastante	126	32,1	32,1	75,5
	Completamente	96	24,5	24,5	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



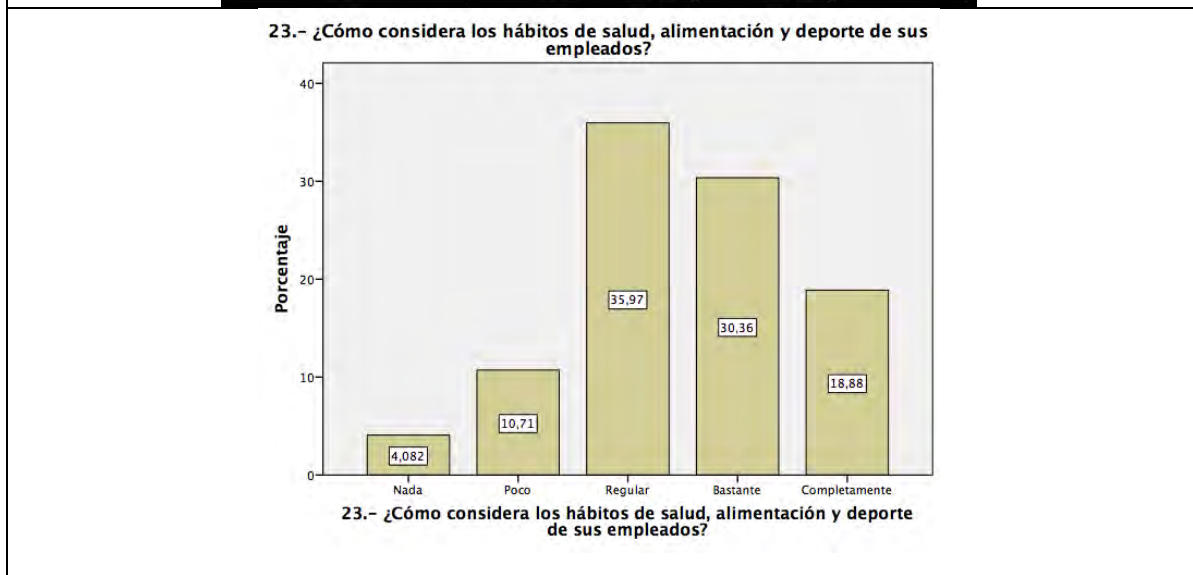
21.- ¿Es alta la permanencia de los empleados en su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	4	1,0	1,0	1,0
	Poco	37	9,4	9,4	10,5
	Regular	95	24,2	24,2	34,7
	Bastante	153	39,0	39,0	73,7
	Completamente	103	26,3	26,3	100,0
	Total	392	100,0	100,0	



22.- ¿Los empleados en su empresa tienen acceso a servicio de salud?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	25	6,4	6,4	6,4
	Poco	30	7,7	7,7	14,0
	Regular	72	18,4	18,4	32,4
	Bastante	131	33,4	33,4	65,8
	Completamente	134	34,2	34,2	100,0
Total		392	100,0	100,0	



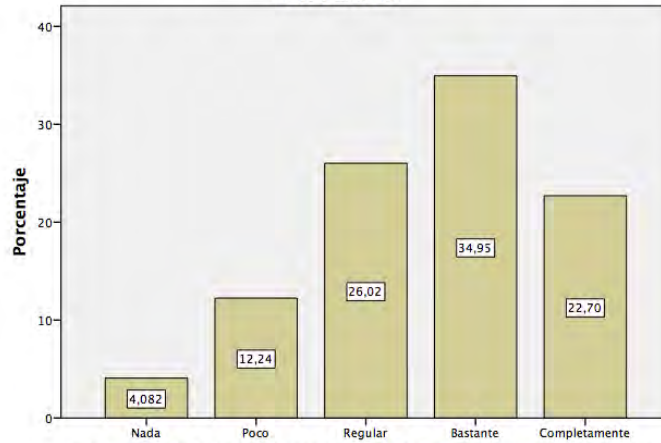
23.- ¿Cómo considera los hábitos de salud, alimentación y deporte de sus empleados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	16	4,1	4,1	4,1
	Poco	42	10,7	10,7	14,8
	Regular	141	36,0	36,0	50,8
	Bastante	119	30,4	30,4	81,1
	Completamente	74	18,9	18,9	100,0
Total		392	100,0	100,0	



24.- ¿Son de calidad los servicios de salud a los que sus empleados tienen acceso?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada	16	4,1	4,1	4,1
Poco	48	12,2	12,2	16,3
Regular	102	26,0	26,0	42,3
Bastante	137	34,9	34,9	77,3
Completamente	89	22,7	22,7	100,0
Total	392	100,0	100,0	

24.- ¿Son de calidad los servicios de salud a los que sus empleados tienen acceso?

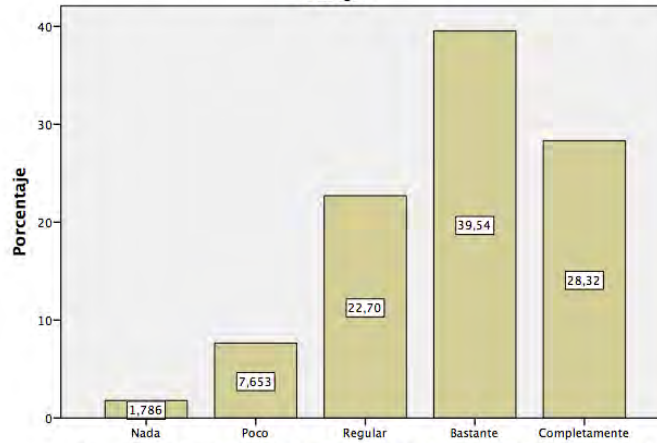


24.- ¿Son de calidad los servicios de salud a los que sus empleados tienen acceso?

25.- ¿Cómo considera la seguridad para los empleados en el lugar de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada	7	1,8	1,8	1,8
Poco	30	7,7	7,7	9,4
Regular	89	22,7	22,7	32,1
Bastante	155	39,5	39,5	71,7
Completamente	111	28,3	28,3	100,0
Total	392	100,0	100,0	

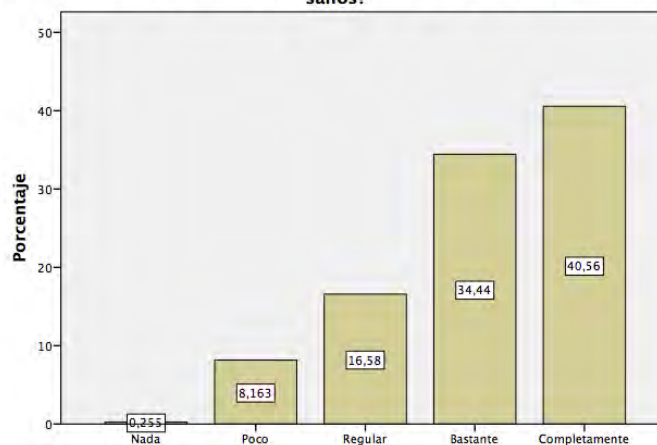
25.- ¿Cómo considera la seguridad para los empleados en el lugar de trabajo?



25.- ¿Cómo considera la seguridad para los empleados en el lugar de trabajo?

26.- Considera que los empleados tienen aire, agua, luz y medio ambiente sanos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	1	,3	,3	,3
	Poco	32	8,2	8,2	8,4
	Regular	65	16,6	16,6	25,0
	Bastante	135	34,4	34,4	59,4
	Completamente	159	40,6	40,6	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

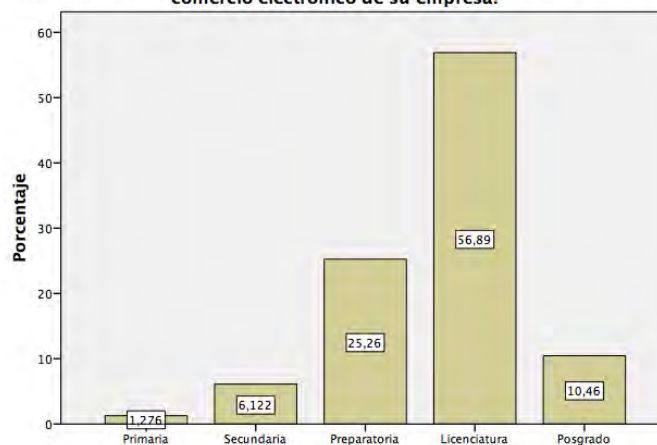
26.- Considera que los empleados tienen aire, agua, luz y medio ambiente sanos?



26.- Considera que los empleados tienen aire, agua, luz y medio ambiente sanos?

27.- ¿Cuál es en promedio el nivel de estudios del personal que realiza el comercio electrónico de su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	5	1,3	1,3	1,3
	Secundaria	24	6,1	6,1	7,4
	Preparatoria	99	25,3	25,3	32,7
	Licenciatura	223	56,9	56,9	89,5
	Posgrado	41	10,5	10,5	100,0
	Total	392	100,0	100,0	

27.- ¿Cuál es en promedio el nivel de estudios del personal que realiza el comercio electrónico de su empresa?

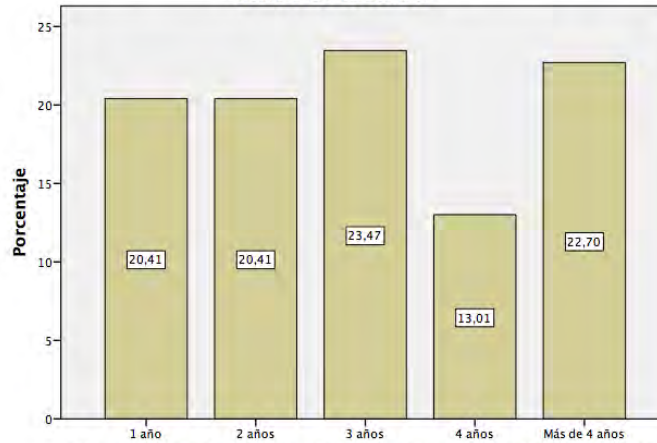


27.- ¿Cuál es en promedio el nivel de estudios del personal que realiza el comercio electrónico de su empresa?

28.- ¿Cuántos años de experiencia tienen los empleados que realizan comercio electrónico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 año	80	20,4	20,4	20,4
2 años	80	20,4	20,4	40,8
3 años	92	23,5	23,5	64,3
4 años	51	13,0	13,0	77,3
Más de 4 años	89	22,7	22,7	100,0
Total	392	100,0	100,0	

28.- ¿Cuántos años de experiencia tienen los empleados que realizan comercio electrónico?



28.- ¿Cuántos años de experiencia tienen los empleados que realizan comercio electrónico?